

DOPPIOZERO

Fabbrica italiana contadina

Maurizio Sentieri

9 Gennaio 2018

**Buoni
e giusti**

Che cosa Ã¨ FICO?

Ã¨ il parco agroalimentare piÃ¹ grande del mondo secondo la definizione prospettata dalla â??madreâ? Eataly o una sorta di Disneyland dellâ??alimentazione per consumatori gastro-orientati? Oppure Ã¨ unâ??occasione imperdibile per vedere il meglio della â??cultura vivaâ? che il cibo italiano rappresenta? O ancora Ã¨ unâ??Expo 2015 in sedicesimi e in formato permanente?



Secondo il medico Ludovico Bertaldi, nel Seicento erano chiamati in Liguria e Provenza *figoni* coloro *â??... che parte dellâ??anno vivono di fichi secchi ...e tanto puÃ² la consuetudine che sono gagliardi e forti come fossero nutriti di esquisite vivande...â??*•

In un antico commentario di agronomia e cose naturali, si trova lâ??origine di una parola che ancora oggi ha il significato di bello, attraente allâ??ennesima potenza.

Probabilmente chi ha scelto FICO come nome per la Fabbrica Italiana Contadina ignorava la citazione ma non la volontÃ di associare il significato gergale al nome da dare al parco agroalimentare. Fico come *figo* dunque, giÃ ...



FICO attualmente Ã un poâ?? tutte le cose sopra riportate, almeno ad una prima visita, avvenuta in un giorno feriale alla metÃ del dicembre scorso, e quindi poco tempo dopo la sua inaugurazione...

La fabbrica italiana contadina, lâ??enorme area espositiva sul cibo e dintorni sorta nellâ??immediata periferia di Bologna, andrÃ rivista tra qualche mese, quando le nebbie invernali si saranno diradate insieme a qualche

elemento di incertezza progettuale e comunicativa che mi Ã¨ parso di intravedere,

Quarantamila metri quadri per lâ€™area didattica e dimostrativa delle produzioni agroalimentari e novemila metri quadri coperti di area espositiva commerciale sono grandi numeri in assoluto e anche numeri da grande â€™affareâ€™ quale deve essere stato (anche) concepito. Il fenomeno Eataly del resto sta lâ€™ a dimostrare la lungimiranza imprenditoriale di Oscar Farinetti cosÃ¬ come lâ€™elevato â€™appealâ€™ che lâ€™enogastronomia e la cultura alimentare generale e quella italiana in particolare rappresentano.



Qualche dubbio tuttavia questa prima visita sembra averlo generato.

Dove Ã¨ per esempio la corrispondenza simbolica tra il mondo rurale piÃ¹ autentico delle tradizioni italiane â€™ cui FICO sembra ispirarsi â€™ e lâ€™enorme trattore New Holland che campeggia in bella vista vicino alle vetrate del centro congressi? Un trattore adatto alle enormi farm degli Usa â€™ letteralmente grande come una casa â€™ e inimmaginabile anche nella nostra Pianura Padana.

E dove Ã¨ la coerenza con la cultura alimentare piÃ¹ rappresentativa del nostro paese davanti al grande stand relativo a â€™Il polloâ€™ sÃ¬, proprio cosÃ¬ che termina con una statua in legno dedicata allâ€™animale, sinceramente imbarazzante? E lo stand â€™ con prospiciente ristorante â€™ dedicato alle carni,

denominato "Teatro delle carni", può incontrare la sensibilità attuale una materia di consumi?

Prodotti di grande qualità e le relative numerose aziende si succedono lungo i viali coperti della galleria commerciale, attraversati da una pista ciclabile; qua e là la presenza di alcuni soggetti istituzionali. E ancora sono molti i ristoranti e gli spazi ristoro e poi alcune piazze, piazze come spazi scenografici dall'impronta architettonica moderna, più simili tuttavia a una rotatoria che a piazze mediterranee. In una di queste una libreria, e in un'altra un anfiteatro pensato come spazio per conferenze, presentazioni, spettacoli.

Quasi all'uscita della galleria commerciale naturalmente le casse, discrete nella loro pur necessaria presenza.



E poi molti addetti tutti intorno e pochi pochissimi visitatori rispetto alle dimensioni e alle ambizioni del progetto a confermare l'idea di una fase iniziale e di un periodo di necessario rodaggio attraverso il quale giudicare la sostenibilità dell'impresa.

Ma se gli spazi esterni erano ancora in parte inattivi o sotto-utilizzati, e le considerazioni sono dunque di un'impressione sostanzialmente mutuata dalla visita della galleria commerciale, rimane di

fondo un problema.

Quale tipo di consumatore Ã¨ stato immaginato quale fruitore di FICO?

Siamo creature che come tutte ci nutriamo â con la fameâ, tra le poche che lo facciamo con la mente (le scelte degli onnivori) lâ unica che lo fa con lo spirito (la memoria, la convivialitÃ , gli affetti, il gusto della conoscenza).

Eliminando dallâ orizzonte delle probabilitÃ la fame, resta la mente e lo spirito come spiegazione per lâ enorme interesse sul cibo che caratterizza le moderne societÃ ad alto reddito.

La mente, lo spirito e un reddito appunto in grado di elevare il cibo ad oggetto di desiderio, piacere, benessere, elemento di conoscenza, intrattenimento. Un bene quasi immateriale insomma, a dispetto dellâ essere semplicemente cibo, il piÃ¹ necessario e materiale dei beni.

In questa autentica â rivoluzioneâ sta a ben vedere gran parte della nostra modernitÃ , ben prima di passate, presenti o fantascientifiche tecnologie; ed Ã¨ proprio in questa rivoluzione che stiamo â al calduccioâ: milioni di consumatori con i loro gusti, desideri, interessi.

E allora FICO sembra restituire lâ idea di un pubblico generalista che abbia come collante solo il â piacere verso il ciboâ, qualunque ne sia la declinazione. Se cosÃ¬ fosse, il rischio di una Disneyland alimentare potrebbe non essere lontano.



La domanda allora Ã¨: puÃ² il cibo essere solo il nostro intrattenimento?

Alla lunga credo che sarebbe solo una triste curiositÃ per appetiti bulimici.

Ma FICO non sarÃ cosÃ¬, solo se ci sarÃ spazio â per la mente e per lo spiritoâ, se cioÃ¨ le attivitÃ agrarie esterne saranno vive e fruibili, se gli eventi ospitati saranno coerenti e scelti con cura, se sarÃ sviluppato nei visitatori, specie i piÃ¹ giovani e le famiglie, il legame con la terra, la natura, le tradizioni, con tutto ciÃ² che fa il ânostro ciboâ. PerchÃ© la rivoluzione di cui dicevamo prima ha anche creato una figura che non conoscevamo e di cui non ci libereremo piÃ¹: il *consumatore*, ovvero colui che compra ciÃ² di cui ha bisogno ma anche colui che â per la prima volta nella storia della nostra specie â ignora i legami della natura con ciÃ² che Ã¨ consumato.

Fare cultura e cultura alimentare Ã¨ legare questâultimo aspetto al cibo, Ã¨ ridare dignitÃ e responsabilitÃ alle nostre scelte, Ã¨ restituire valore e bellezza alla natura, Ã¨ riscoprire il senso profondo â i luoghi e il tempo â di *invenzioni* di giorni lontani che oggi chiamiamo âtradizioniâ.

Forse solo cosÃ¬ FICO potrÃ essere veramente *Figio*.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio Ã¨ grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

