

Enciclopedia Sociologica dei Luoghi

Volume 3

a cura di Giampaolo Nuvolati



Il lavoro di coordinamento per la realizzazione del Volume 3 è stato svolto da Monica Bernardi e Luca Bottini.

Il Volume è stato pubblicato con il contributo del Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

© 2020 Ledizioni LediPublishing
Via Boselli, 10 – 20136 Milano – Italy
www.ledizioni.it
info@ledizioni.it

Enciclopedia Sociologica dei Luoghi. Volume 3, a cura di Giampaolo Nuvolati

Prima edizione: novembre 2020

ISBN cartaceo 978-88-5526-360-3
ISBN eBook 978-88-5526-361-0

In copertina:
Progetto grafico: ufficio grafico Ledizioni

Informazioni sul catalogo e sulle ristampe dell'editore: www.ledizioni.it

Le riproduzioni a uso differente da quello personale potranno avvenire, per un numero di pagine non superiore al 15% del presente volume, solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da Ledizioni.

Enciclopedia Sociologica dei Luoghi

Volume 3

a cura di Giampaolo Nuvolati

Ledizioni

R

Residenze universitarie – Eduardo Barberis e Nico Bazzoli

Ristoranti – Paolo Corvo, Dauro Mattia Zocchi e Riccardo Migliavada

R Il ristorante: trama, attori e palcoscenico di un'invenzione che ha rivoluzionato il mangiare pubblico

di Paolo Corvo, Dauro Mattia Zocchi e Riccardo Migliavada¹

Il consumo di cibo e bevande nello spazio pubblico si caratterizza come tratto distintivo della nostra società fin dall'antichità. Laddove in passato tale consuetudine ha ricoperto una funzione principalmente fisiologica, la nascita del ristorante ha sancito una trasformazione del ruolo e dei significati attribuiti alla fruizione di generi alimentari al di fuori delle mura domestiche. Il capitolo ripercorre l'affermazione di tale istituzione in Francia e Italia, esplorando il modo in cui essa si è inserita nel tessuto urbano e ha plasmato le dinamiche socioculturali ed economiche della città. Esso esamina l'importanza della permeabilità tra aree rurali e urbane, tra dimensione pubblica e privata nell'evoluzione della ristorazione per concludere con una riflessione sugli scenari futuri del settore.

The consumption of food and drink in public space has been a distinctive feature of our society since ancient times. Where in the past this custom covered mainly physiological function, the birth of the restaurant has sanctioned a transformation of the role and meanings attached to the enjoyment of food outside the home. The chapter traces back the affirmation of this business in France and Italy, exploring the way in which it became part of the urban scenario and it shaped the socio-cultural and economic dynamics of the city. It examines the importance of the permeability between rural and urban areas, between public and private dimensions in the evolution of the catering sector. It concludes with a reflection on the future situations of the sector.

- 1 Gli autori lavorano presso l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo. Paolo Corvo è professore associato e insegna culture del viaggio e dinamiche sociali. Si occupa di sociologia dei consumi, con particolare riferimento all'alimentazione e al food, di turismo, di qualità della vita e felicità. Riccardo Migliavada è dottorando in Ecogastronomia, Formazione e Società. Ha una formazione come neuroscienziato cognitivo e si occupa di scelte alimentari con particolare riferimento agli ambiti di ristorazione collettiva. Dauro Mattia Zocchi è dottorando in Ecogastronomia, Formazione e Società. Si occupa di valorizzazione dei patrimoni alimentari e culturali e dello studio dei movimenti gastronomici con particolare riferimento all'America Latina e all'Africa.

1. Definizione e cenni storici

Il termine ristorante (dal latino *restaurare*; dal francese *restaurant*) indica «un esercizio pubblico dove si consumano pasti completi che vengono serviti da camerieri su tavoli disposti in un locale apposito» (Treccani 2020).

La consuetudine di consumare pasti al di fuori delle mura domestiche non è certamente un'invenzione moderna; sono diverse le fonti scritte, iconografiche e archeologiche che attestano l'esistenza di locali adibiti al consumo di cibi e pietanze nello spazio pubblico fin dall'epoca romana. Il commediografo romano Tito Maccio Plauto (250 a.C. – 184 a.C.) menziona nel *Curculio*, opera risalente al II secolo a.C., le *thermopolia*: un luogo di ristoro in cui avventori, appartenenti ai ceti sociali meno abbienti, potevano consumare cibi pronti conservati all'interno di anfore di terracotta.

La necessità di soddisfare bisogni fisiologici e sociali ha rappresentato il perno attorno a cui si sono sviluppate le moltitudini di cucine di strada che hanno costellato il panorama europeo e mondiale nel corso dei secoli. Dalle Americhe all'Estremo Oriente, passando per il Vecchio Continente, il ristorante di strada ha rappresentato il crocevia di viandanti in cerca di cibi semplici ed economici con cui ristorare il proprio corpo e di un luogo dove nutrire il bisogno di socialità, elemento intrinseco alla natura dell'essere umano.

Semplicità ed economicità dell'offerta e possibilità di pernottamento hanno altresì caratterizzato le diverse declinazioni della locanda. Nel suo contributo al volume *Storia dell'alimentazione* curato da Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari, il geografo Jean-Robert Pitte (1997) menziona i *pubs* inglesi, le *bodegas* iberiche, le *brauerien* germaniche, le *ouzeria* elleniche e le osterie italiane, identificando nell'offerta di cibi e bevande di poche pretese, nella condivisione delle tavolate, nella compresenza di avventori locali e forestieri in transito e nell'alternarsi di momenti conviviali a situazioni litigiose, alcuni dei minimi comuni denominatori di questi luoghi. Laddove l'offerta di bevande spiritose rappresentava un elemento imprescindibile di tali locali l'elemento culinario ricopriva un ruolo secondario financo marginale.

Guardando al contesto francese, una maggiore centralità del cibo e un parziale miglioramento della sua qualità caratterizzavano i *traiteurs*, una tipologia di locale dove l'avventore poteva ordinare pietanze quali carni arrosto, *paté* e *ragôut*. Tuttavia, l'offerta risultava alquanto limitata sia in termini di varietà delle pietanze sia per quanto concerne l'arco temporale in cui il cliente poteva

usufruire del servizio. Alla rigidità degli orari e alla monotonia dell'offerta si affiancava la poca riservatezza dell'ambiente dovuta alla dimensione ridotta degli spazi e alla possibilità di consumare il pasto *in loco* unicamente ad un tavolo condiviso in compagnia di commensali perlopiù estranei.

La riservatezza e l'esclusività rappresentavano, invece, elementi emblematici dei *cafés*. Sorti a partire dal XVII secolo nelle più importanti cittadine europee, tali luoghi rappresentavano il punto di ritrovo degli esponenti delle classi più agiate della società urbana (Cowan 2005). In questi ambienti il consumo di bevande esotiche quali tè e caffè e di dolci faceva da contorno a discussioni politiche e letterarie.

Se la frequentazione delle locande sopprimeva primariamente al bisogno di sfamare il cliente in modo celere ed economico, l'avventore dei *cafés* anelava soprattutto al soddisfacimento del proprio appetito culturale.

Fatta eccezione per le *taverns* londinesi, locali raffinati nell'arredo e nelle pietanze, l'aristocrazia ottocentesca riservava alla sfera domestica i piaceri del cibo. Nel tentativo di emulare gli sfarzi di corte, gli esponenti di questo ceto sociale si affidavano ai dispendiosi servigi di cuochi e maggiordomi.

1.1 Nascita e affermazione del ristorante moderno in Francia

Per assistere alla nascita del modello che darà il là allo sviluppo del ristorante nella sua accezione moderna è necessario attendere sino alla seconda metà del XVII secolo. Come riportato da Rebecca Spang, autrice del libro *The Invention of the Restaurant: Paris and Modern Gastronomic Culture* (2000), la nascita del ristorante come spazio di socialità urbana si situa temporalmente nell'ultimo ventennio dell'*Ancien Régime* e spazialmente nel contesto parigino. La genesi del ristorante si lega indissolubilmente all'emergere nel tessuto urbano di esercizi commerciali dediti alla vendita di *consommé* ovvero brodi "ristoratori".

Laddove nel linguaggio odierno il ristorante fa riferimento ad un luogo fisico, tale vocabolo indicava originariamente cibi dalle proprietà curative e medicinali. Antoine Furetière includeva nel *Dictionnaire universel* sotto la voce *restaurant* un elenco di alimenti dalle proprietà ristorative e curative tra cui succhi ottenuti dalla cottura prolungata di carni assieme a pane bianco, spezie, elettuari ed altri ingredienti, già comuni nella tradizione culinaria medievale (*Ibid.*).

In questa prima fase, i locali che offrivano tali pietanze integravano alcuni elementi tipici dei *cafés*, quali servizio individuale e orari flessibili, all'offerta di alimenti liquidi dalla funzione ristoratrice. Solamente a partire dal secondo decennio del XIX si è potuto assistere ad un ampliamento dell'offerta culinaria con l'inclusione nei menù di cibi solidi. Diversi studiosi associano tale innovazione alla figura di Monsieur Boulanger (Dumas 1967, Flandrin e Montanari 1997). All'ingresso della sua bottega in *rue des Poules* era affissa un'insegna riportante la seguente proposizione: «*Venez tous qui travaillez de l'estomac, et vous restaurerai*» esplicitativa della principale attività di tale esercizio. Alla vendita di brodi ristoratori Monsieur Boulanger decise di affiancare l'offerta di cibi solidi, nella fattispecie piedi di montone in salsa bianca. Così facendo, il bottegaio suscitò i malcontenti delle corporazioni dei *traiteurs*, spingendoli ad intentare un processo contro la sua persona, da cui Boulanger uscì sorprendentemente vincitore. Tale avvenimento innescò un repentino decadimento del monopolio della vendita di generi alimentari fino ad allora detenuto dai *traiteurs*. La disfatta delle associazioni corporative inaugurò un progressivo allargamento del paniere di offerta dei ristoranti contribuendo alla ridefinizione della loro struttura e funzionamento.

Nonostante alcuni ristoranti facessero già parte del tessuto urbano parigino a cavallo tra il 1760 e il 1770, la vera e propria diffusione di questi esercizi commerciali avvenne dopo la Rivoluzione Francese del 1789. Fu per l'appunto nei primi decenni del XIX secolo che il ristorante si affermò come elemento caratteristico del paesaggio urbano (Ferguson 2004).

Due fattori interdipendenti contribuirono allo sviluppo del comparto ristorativo: la disponibilità di professionisti in cerca di nuovi sbocchi lavorativi, i cuochi fino ad allora impiegati nelle corti e nelle case degli aristocratici, e l'affermarsi di una nuova classe sociale, la borghesia, che vedeva nella frequentazione del ristorante uno strumento per soddisfare bisogni altri rispetto al mero soddisfacimento di necessità alimentari. Un contributo cruciale giunse altresì da Alexandre Balthazar Laurente Grimod de la Reynière e Jean Anthelme Brillat-Savarin, precursori di quella che diventerà nel corso del tempo la figura del gastronomo, i quali con i loro scritti *Almanach des gourmands* (Grimod de la Reynière 1810) e *Le physiologie du gout* (Brillat-Savarin 1825) promossero la consacrazione del ristorante come luogo cardine della vita sociale della borghesia parigina.

Sul finire del XIX secolo il settore della ristorazione francese fu interessato da ulteriori mutamenti che portarono a una democratizzazione del ristorante e a un incremento degli avventori stranieri a seguito dello sviluppo dei trasporti e all'emergere delle prime forme di turismo di lusso.

Se infatti il turismo aristocratico, per lo più inglese, già a partire dal 1700 aveva contribuito alla percezione del viaggio come esperienza educativa e ricreativa, le condizioni richieste dal mantenimento di un certo *status* non permettevano alla dimensione privata di confluire negli spazi pubblici. Il turismo aristocratico restava vincolato a un corredo di lussi e agi, quali l'affitto di una casa o l'assunzione di servitù, che ancora non consentivano la diffusione del modello ristorativo o alberghiero. L'estensione tuttavia del fenomeno turistico alla classe borghese, che sopprimeva alla mancanza di titoli nobiliari con ingenti disponibilità economiche, generò un'offerta di servizi nuova: la nascita dei primi alberghi di lusso o *palaces*. Il sodalizio tra l'albergatore César Ritz e il cuoco Auguste Escoffier diede inizio a una combinazione vincente tra ospitalità e servizio ristorativo d'alta cucina, dove soluzioni raffinate coglievano la necessità di coltivare gli aspetti sociali legati alla moderna esperienza di viaggio. Tra il 1850 e il 1890 l'Hôtel du Louvre, il Savoy, il Grand Hôtel di Monte Carlo erano alcune delle icone più note della *Belle Époque* (Flandrin e Montanari 1997).

Il nuovo regime sociale, inaugurato dalla Rivoluzione Francese, aveva creato scenari dove vivere la vita pubblica in modo artistico, spettacolare. Le osterie quasi scomparvero, cedendo il passo ai *cafés*, ai *bouillons et crèmeries*, ai *bou-chon* lionesi che adattavano l'offerta anche a coloro che non potevano permettersi grandi sfarzi.

Il XX secolo segnò l'espansione del ristorante al di fuori del contesto parigino e del territorio francese. La fama della cucina di Parigi arrivò nel resto del mondo e con essa la parola "ristorante" che in adattamenti più o meno fedeli si imprime nel linguaggio comune. Il ristorante diventò progressivamente un luogo caratterizzante il tessuto urbano delle principali capitali europee. A favorire la diffusione del modello parigino di ristorazione furono da un lato il lavoro di codificazione della cucina classica realizzato da George Auguste Escoffier nell'opera *Guide Culinaire* (1903), dall'altro la mobilitazione di professionisti del settore, fenomeno che aveva iniziato a svilupparsi già nel secolo precedente.

1.2 Il ristorante moderno si affaccia sul panorama italiano

Mentre in Francia lo spirito dei lumi aleggiava nelle città e nei locali portando innovazione, arte e una sensibilità nuova, anche all'interno della cucina, l'Italia restò aggrappata per ancora diversi decenni alle sue formule tradizionali. Fino alla metà del Novecento l'osteria si attestava come locale più diffuso, erede delle antiche *tabernae romane* (Montanari *et al.* 2015). Il ritardo di un modello ristorativo alla francese era imputabile in parte ad una mancata codificazione nazionale della cucina italiana, così come era avvenuto in Francia grazie a figure di rilievo, come quelle già citate di Escoffier e Brillat-Savarin, e in parte alle origini popolari della cucina italiana. La cucina francese, infatti, si era sviluppata a partire dalla necessità emulativa nobiliare nei confronti di quelli che erano stati i fastosi banchetti regali. Successivamente in Francia schiere di cuochi d'alta cucina furono capaci di adattarsi al profondo cambiamento sociale che avevano dinanzi, portando nelle strade delle città ciò che prima era gelosamente racchiuso nell'ambiente di corte.

A connotare diversamente il contesto di ristorazione italiano da quello francese fu soprattutto il pubblico; il ritardo della borghesia italiana nel panorama europeo condizionò in modo considerevole l'evoluzione del ristorante. Fino agli anni Venti del Novecento la capacità industriale dell'Italia faticò a sostenere lo sviluppo di una classe sociale. La prima borghesia era infatti basata sulla proprietà terriera ed era dunque ancora il modello agricolo a determinare le sorti e i cambiamenti del Paese. Il panorama della ristorazione italiana fino al secondo dopoguerra rimase diviso quindi tra osterie, cantine, taverne, le quali incorsero in un lento declino per poi risorgere a cavallo del nuovo millennio. Cominciarono invece a diffondersi dagli anni Sessanta le trattorie, dal francese *traiteur* che, sebbene di carattere ancora popolare, proponevano una cucina più ricercata.

Tuttavia, fu il turismo, soprattutto quello straniero, a sponsorizzare la formula ristorativa più simile a quella francese. La riviera ligure, già a partire dalla fine dell'Ottocento, costituiva una delle mete favorite dai turisti inglesi, avvantaggiata dallo sviluppo del *Grand Express*: il noto circuito ferroviario rappresentava infatti uno dei motori per la nascita di strutture ricettive e ristorative di lusso (Zanini 2012: 99). L'adattamento a una clientela internazionale spinse i primi ristoratori a proporre un'offerta "nazional-popolare", una cucina poco radicata nel territorio locale che selezionava i piatti più iconici delle cucine

regionali italiane. Restava dunque la trattoria quell'espressione ristorativa più tipicamente italiana in grado di stimolare la crescita di una cucina di qualità ed eccellenza; non a caso furono la Trattoria Cantarelli e La Santa di Bergese a ricevere le prime stelle Michelin, prestigioso riconoscimento della famosa guida d'oltralpe. Questi esempi ispirarono quell'evoluzione della formula ristorativa che trovò un suo percorso all'insegna dell'eccellenza senza prescindere dal pilastro della tradizione. Combinazione ben rappresentata da quello che può essere considerato il primo vero ristorante italiano, di Guido e Lidia Alciati a Costigliole d'Asti, il quale assumeva le sembianze di un locale di lusso, ricercato e raffinato, senza perdere il proprio legame con il territorio. Tuttavia, la figura dello chef era ancora relegata al retroscena della cucina e ciò non consentiva l'emancipazione del ristorante dalla connotazione di mero luogo di consumo.

A partire dagli anni Settanta fu nella persona di Gualtiero Marchesi che si riconobbe il peso dello chef, non solo come esecutore o "artigiano" ma artista, capace di creare e immaginare l'esperienza estetica del pasto per proporla agli avventori. Nasceva così anche in Italia la cucina d'avanguardia o *nouvelle cuisine*, un percorso parallelo a quello del ristorante di tradizione dove protagonista è l'idea piuttosto che la materia.

2. L'importanza del legame tra aree rurali e urbane nello sviluppo del ristorante gastronomico

Il ristorante, pur attingendo da modelli preesistenti, si distanzia dagli stessi soprattutto per quanto concerne la tipologia dell'offerta culinaria, le dinamiche di interazione tra personale e clienti, le motivazioni sottese alla frequentazione di tali luoghi, nonché per il ruolo strumentale e simbolico associato al consumo di determinati cibi in uno spazio in cui il confine tra pubblico e privato si assottiglia e diventa permeabile.

Un primo dato da considerare riguarda l'ubicazione del ristorante e il progressivo mutamento della relazione tra spazio urbano e rurale. Si possono individuare fenomeni distinti che riguardano la mobilità e lo spostamento di merci, persone e infine del ristorante stesso.

Laddove in passato gli esercizi adibiti alla somministrazione di alimenti e bevande sorgevano perlopiù in zone periferiche o di transito – come nel caso delle locande – il ristorante moderno si situa al centro del contesto urbano, luogo

in cui si sviluppano e da cui si propagano i più importanti fenomeni di natura sociale, culturale e commerciale. Non si tratta di un caso fortuito se il ristorante moderno nasce a Parigi, centro di spicco del commercio e della cultura europea. Il suo ruolo di snodo centrale del commercio agroalimentare, e non solo, favoriva la reperibilità degli ingredienti, complice il progressivo miglioramento della viabilità che facilitava il collegamento tra zone rurali – luogo di produzione delle materie prime – e centri urbani (Spang 2000, Ferguson 2004).

Sebbene il legame tra città e ristorante abbia marcato la diffusione di tale esercizio in diverse nazioni europee, la sua integrazione nel tessuto territoriale ha presentato delle specificità a seconda del contesto socio-economico in cui si inseriva e delle tradizioni gastronomiche che lo caratterizzavano.

Come si è fatto cenno in precedenza, lo sviluppo del comparto ristorativo in Italia si è legato alle aree urbane solo in parte, soprattutto nelle circostanze in cui la città rappresentava un polo di interesse turistico. L'origine del ristorante, e in particolare del "ristorante gastronomico" – ovvero di attività che basano la loro offerta sull'utilizzo di eccellenze alimentari locali e sulla reinterpretazione della tradizione culinaria del territorio –, affonda le sue radici nel substrato paesaggistico, culturale e sociale delle aree rurali e provinciali.

L'alta ristorazione italiana nasce e si sviluppa in soluzione di continuità con le tradizioni gastronomiche e il patrimonio agricolo di tali luoghi. Sono, infatti, diversi i ristoranti riconosciuti a livello nazionale e internazionale che nascono dall'evoluzione e trasformazione di trattorie a conduzione familiare situate in piccoli e medi borghi di provincia, soprattutto nella porzione settentrionale del territorio nazionale (Fipe 2019). Il passaggio da trattoria a ristorante si inserisce in un più ampio processo di cambiamento che ha interessato aspetti endogeni ed esogeni all'attività di ristorazione. In particolare, l'evoluzione del rapporto tra città e campagna e le trasformazioni spaziali e sociali ad esso sottese hanno ricoperto un ruolo centrale in questo processo.

Un elemento cruciale in questo percorso evolutivo è stato il passaggio generazionale, avvenuto a cavaliere tra gli anni Settanta e Ottanta del secolo scorso, nelle cucine e nelle sale di trattorie a conduzione familiare. Pur mantenendo un collegamento con le tradizioni gastronomiche della famiglia e del più ampio contesto territoriale, l'ingresso delle nuove leve di cuochi e *maitrê* di sala ha portato ad una progressiva innovazione dell'offerta culinaria e del servizio.

Il carattere familiare e il legame con le aree rurali sono tuttora elementi distintivi di alcune delle più importanti realtà dell'alta ristorazione italiana;

ne sono alcuni esempi il ristorante Guido della famiglia Alciati, Dal Pescatore della famiglia Santini a Canneto sull'Oglio (Mantova), Da Vittorio dei fratelli Cerea a Brusaporto (Bergamo) e il Reale dei fratelli Romito situato a Castel di Sangro, piccolo comune della provincia abruzzese.

Pur conservando un forte radicamento con il contesto rurale, i ristoranti di questo genere vivono e si nutrono del legame con le aree urbane. Se la filiera a monte del ristorante (produttori, fornitori, etc.) e le materie prime hanno una dimensione prettamente locale, essi propongono un'offerta che si rivolge a un pubblico dalla capacità di spesa elevata, rappresentato in maggior parte da clienti provenienti da centri urbani sovente distanti dal territorio in cui si situa il ristorante. Tale circostanza non riguarda unicamente il ristorante gastronomico, tuttavia per questa tipologia di esercizio commerciale il legame con il contesto urbano è ancor più marcato. Infatti, la città non rappresenta solamente un bacino d'utenza di clienti bensì una fonte di ispirazione da cui attingere per rinnovare la propria offerta e servizi e ridefinire aspetti centrali all'identità e all'estetica del ristorante, dell'ambiente e delle pietanze ivi offerte. Un ruolo chiave nel creare e sviluppare questo legame è stato ricoperto dalle nuove generazioni di ristoratori che, attraverso la frequentazione del mondo della ristorazione cittadino, hanno arricchito il proprio bagaglio di conoscenze e competenze, conosciuto le nuove tendenze culinarie e gastronomiche nazionali e internazionali e attinto dalla stesse per intraprendere un percorso di trasformazione e innovazione dell'esercizio commerciale di famiglia.

In questo processo, la mobilità ha giocato un ruolo chiave, in particolare il flusso di operatori del settore tra zone rurali e urbane: da un lato verso la città, con le esperienze professionali delle nuove generazioni di cuochi in strutture di spicco della ristorazione italiana ed europea; dall'altro verso la campagna, con il passaggio di professionisti nazionali e internazionali nelle cucine dei ristoranti della provincia italiana. Questi fenomeni hanno facilitato un processo di scambio e contaminazione, favorendo l'evoluzione e il rinnovamento di questa precisa nicchia del comparto.

Guardando al panorama nazionale, il ristorante milanese di Gualtiero Marchesi in via Bonvesin de la riva, ha rappresentato la fucina di diversi esponenti del panorama ristorativo italiano (Capatti 2014). Molti degli chef formati presso questa realtà di spicco hanno fatto proprie idee e concetti di questo modo innovativo di "fare ristorazione" per poi adattarle al ristorante di famiglia, coniugandole con il proprio patrimonio di saperi e tradizioni culina-

rie. Un processo analogo ha contraddistinto le esperienze realizzate da alcuni ristoratori italiani all'estero, specialmente presso i ristoranti dei francesi Paul Bocuse, Alain Ducasse, Alain Chapel e di altri esponenti del movimento culinario della *nouvelle cuisine* (Rao *et al.* 2003).

A fronte dell'importanza del ristorante gastronomico in ambito rurale e provinciale, a partire dagli anni Ottanta del secolo scorso, si è assistito ad un graduale spostamento dell'attenzione verso il contesto urbano, essendo il capoluogo milanese uno dei principali luoghi di riferimento per il settore dell'alta ristorazione italiana. Inoltre, il dinamismo culturale, l'importanza economico-commerciale, la dimensione internazionale e la propensione all'innovazione della clientela milanese hanno favorito negli anni lo sviluppo di nuovi modelli di ristorante che, pur mantenendo elementi tipici della ristorazione gastronomica, si caratterizzano per una maggiore informalità dell'ambiente ed economicità dell'offerta. Rientrano in questa categoria i bistrot gastronomici ovvero *spin-off low-cost* a supporto del ristorante principale (sovente insignito delle prestigiose stelle Michelin) che prendono ispirazione dalla tradizione imprenditoriale francese della *bistronomie*. Trattasi di forme di ristorazione che ricoprono al contempo una duplice funzione economica e di democratizzazione dell'alta cucina.

Nell'affermazione di questo fenomeno è possibile identificare un'ulteriore ridefinizione del legame rurale-urbano. Infatti, sebbene i bistrot siano spesso sviluppati da ristoratori già presenti nel contesto cittadino, sono stati lo strumento con cui imprenditori rurali si sono affacciati sul mercato della ristorazione urbana. Pur mantenendo un legame con il territorio di origine, l'apertura di succursali gastronomiche ha spinto verso una semplificazione e modernizzazione dell'offerta e del servizio oltre alla perdita della dimensione familiare dell'attività. Ne sono un esempio i progetti sviluppati nel capoluogo lombardo dai già menzionati Niko Romito, dalla famiglia Cerea e da altri esponenti dell'alta ristorazione italiana tra cui Giancarlo Morelli, Giancarlo Perbellini e i fratelli Alajimo.

3. Dimensione pubblica e privata nell'evoluzione dello spazio ristorativo: chef protagonisti e il teatro ristorante

Sebbene oggi non si possa assumere che l'avanguardia gastronomica sia prerogativa dell'alta ristorazione, per lungo tempo questa ha costituito quella forma

a cui guardare per cogliere il significato delle relazioni che si andavano istaurando tra cibo e società. Se il ristorante diviene uno di quei luoghi cruciali dove vivere pubblicamente l'esperienza intima e privata del consumo e della relazione, come tale deve immaginare e costruire i propri spazi in relazione alla sua funzione scenica. Più ci avviciniamo al presente e più l'alta cucina comincia a guadagnare fama e spazio non solo in quella dimensione della sfera pubblica, ormai quasi residuale, ma all'interno dello spazio domestico; processi *mainstream* di spettacolarizzazione, legati al mondo televisivo, creano nuovi modi divulgativi ed esperienziali di godimento. La riorganizzazione spaziale della società e della cultura intorno alla comunicazione delle tecnologie abolisce la convenzionale distinzione tra pubblico e privato: l'interconnessione rende lo stesso spazio fisico un canale interattivo (Corchia 2011). Secondo un moto ipertrofico la sfera privata invade spazi virtuali e fisici, domesticando la sfera pubblica e proiettandone all'interno emozioni, attitudini comportamentali che prima erano associate al regno privato della casa e viceversa (Kumar e Makarowa 2008). Sempre di più programmi televisivi legati al mondo della gastronomia fanno dello chef non tanto un esecutore ma un comunicatore, e la spettacolarizzazione legata agli aspetti emozionali crea una vicinanza nuova con il pubblico e il consumatore.

Gli chef varcano la soglia delle loro cucine, oltrepassando la barriera fisica e mentale del *pass*, che per secoli aveva delimitato il loro spazio di lavoro. Progressivamente la cucina, da sempre spazio chiuso e gelosamente custodito (Capatti e Montanari 1999), apre le porte agli ospiti del ristorante presentandosi come nuovo ambiente di consumo che regala esperienze d'intrattenimento.

La figura del cuoco, che per secoli era stata ai margini della società, spesso associata al vizio più che alla virtù (Capatti e Montanari 1999), si ritrova icona di stile; da dispensatore di ricette lo chef diventa guru a cui rivolgersi anche al di fuori dell'ambito prettamente alimentare.

All'interno del mondo ristorativo questi cambiamenti si traducono in un ampliamento del palcoscenico e nuovi spunti di intrattenimento. Per rimanere nella metafora della performance gastronomica come esibizione (Goffman 1959), il backstage dei processi gastronomici si avvicina al pubblico: la sala entra nella cucina.

All'interno delle cucine si creano degli spazi riservati ai clienti più esigenti affinché possano assistere di persona alla preparazione dei piatti, spettatori privilegiati della maestria dei cuochi. Ne è un esempio *l'acquario*, un cubo di

vetro contenente un tavolo per due persone, inserito nella cucina dello chef Enrico Crippa del ristorante Piazza Duomo. Altra declinazione di questa nuova tendenza sono i *kitchen table* che combinano all'accesso esclusivo del tavolo in cucina un'esperienza gastronomica inclusiva dove, rispetto alla sala, si possono abbandonare etichette e formalità per godere dell'intima esperienza alimentare che regala lo chef.

Ma se è vero che inizialmente la sala "entra" in cucina in questo progressivo fondersi degli spazi è quest'ultima a prendere poi il sopravvento, e gli ambienti tradizionalmente dedicati alla preparazione degli alimenti si fondono con il luogo di consumo.

Le barriere fisiche e percettive di separazione tra uomo e cibo, servizio ed esperienza vengono abbattute nei ristoranti che riuniscono sala e cucina in un unico ambiente. Lo spazio pubblico del ristorante viene domesticato, l'importanza dell'intimità e dell'aspetto emozionale viene esaltata, e vengono realizzate soluzioni scenografiche in cui cucine a vista diventano veri e propri palcoscenici in cui star chef si esibiscono di fronte a una platea di pochi tavoli. Ne è un esempio "Casa" Perbellini a Verona, del già citato Giancarlo Perbellini.

Il ristorante diventa sempre più luogo di esperienza multisensoriale, dove al cibo e al design si sommano esperimenti di architettura sociale. Ne consegue un'attenzione al divenire e non solo al risultato, facendo della cucina un'arte *on going*, dove il piatto in uscita è solo un tassello dell'intero processo artistico a cui assistere. In qualche modo si dilata l'esperienza gastronomica, a cui si aggiungono artificialmente rumori, odori ed effetti speciali, all'insegna della spettacolarizzazione teatrale.

Il cliente non è più in platea a godere dello spettacolo ma viene catapultato all'interno di una performance dove il cibo ha smesso da tempo di essere la componente principale.

Questi ristoranti-teatri, in cui a detta degli stessi chef che vi cucinano non si va a mangiare ma a godere di un'esperienza multisensoriale, si possono dividere in due grandi categorie spaziali, quella dei micro ambienti e quella dei macro ambienti.

La prima è più che una semplice evoluzione del sopracitato *chef table*, è una sala ipertecnologica in grado di trasformarsi ad ogni portata e creare degli ambienti in cui i clienti possono godere di esperienze gastronomiche a realtà aumentata. Il cliente si immerge in una rappresentazione che trascende lo spazio fisico del ristorante per rimanere sospeso tra realtà e finzione. Lo chef da

attore protagonista dello spettacolo diventa regista mentre gli ospiti vengono inglobati nella rappresentazione. I più famosi esempi di questa categoria sono il ristorante *Ultraviolet* di Shangai dello chef Paul Pairet e *Sublimotion* dello chef Paco Roncero ad Ibiza.

I secondi si caratterizzano invece per un'esperienza multisensoriale che si snoda in molteplici ambienti e che può durare 4 o 5 ore, durante le quali i clienti rincorrono l'esperienza gastronomica non solo con il susseguirsi delle numerosissime portate che caratterizzano questa tipologia di esercizi ma fisicamente, muovendosi tra le diverse sale adibite a scene come in un teatro itinerante. Il ristorante Enigma aperto a Barcellona dallo chef catalano Albert Adrià, fratello del più celebre Ferran, ne è un esempio.

Non mancano versioni ibride delle due tipologie come il ristorante *Alchemist* dello chef Rasmus Munk a Copenaghen che inserisce elementi teatrali nella struttura stessa della cena, presentata dagli stessi autori come esperienza olistica che può durare anche 5 ore. In questa realtà si fondono le dimensioni dello spazio teatrale e dell'ambiente virtuale e ci si ritrova in compagnia di attori veri, che accompagnano il percorso gastronomico diviso in atti e impressioni (piatti), immersi in uno spazio virtuale, dove si alternano artificiose aurore boreali e meduse che nuotano accanto a sacchetti di plastica.

Ad accomunare questi modelli ristorativi, oltre agli ingenti capitali investiti, è l'ampio ricorso a figure provenienti dal mondo dello spettacolo, quali registi, tecnici del suono, *visual artist*, solo per citarne alcune, quasi a sancire la volontà di trasformare il ristorante in luogo di spettacolo, aggiungendo un artificioso valore immateriale alla normale banalità del servizio al tavolo.

Al momento in cui si scrive il settore della ristorazione è forse uno dei settori commerciali più colpiti dagli effetti della pandemia di Covid-19. In particolare, l'alta ristorazione che viveva di una clientela straniera, di turisti gastronomici, con le restrizioni imposte ai viaggiatori e i confini che rimarranno chiusi per molti mesi è costretta a ripensare le proprie attività.

Se nella prima fase della pandemia, durante il *lock down*, molti di questi ristoranti si sono riorganizzati per fornire pranzi e cene a domicilio o si sono offerti di aiutare le persone più impegnate nella lotta al virus come medici ed infermieri, portando pasti pronti negli ospedali o alle comunità più colpite dagli effetti del *lock down*, nell'attuale seconda fase alcuni si stanno riorganizzando per aprire sotto nuove vesti.

Un esempio è il Noma di Copenaghen, uno tra i più famosi ristoranti al mondo a partire dai primi anni duemila, guidato dallo chef René Redzepi, massimo interprete della nuova cucina nordica. Non potendo ospitare i propri clienti internazionali a causa della pandemia si è reinventato: un winebar con cucina diventa la soluzione a prezzi accessibili dedicata alla comunità locale con la quale il ristorante vuole riconnettersi, come è lo stesso chef a comunicare sul sito del Noma. Una scelta sociale, probabilmente temporanea, ma che riflette forse la necessità di un cambio di direzione rispetto ai trend del settore.

4. Le scelte dei consumatori: la ristorazione di fronte a nuove sfide

Gli effetti del *lock down* non sono contingenti ma riguardano in modo specifico i mutati comportamenti dei consumatori e una nuova organizzazione dei ristoranti e delle cucine. Si è assistito ad un ritrovato interesse per il cucinare, con un notevole aumento del tempo utilizzato per preparare il pasto. Certamente hanno influito il maggior tempo libero a disposizione e la chiusura di bar e ristoranti, ma è indubbio che il cibo si è rilevato un elemento fondamentale nella vita delle persone, per il suo valore identitario e conviviale. Sono aumentati in modo significativo i consumi di latte, zucchero, farina, uova e di lievito naturale, cioè di tutti gli elementi necessari per cucinare pane, pizza, dolci o fare la pasta. Di conseguenza è cresciuto l'ammontare della spesa settimanale per i consumi alimentari, un investimento ritenuto adeguato alle nuove abitudini.

Vi sono due elementi che si sono consolidati anche dopo la fine del *lock down*: 1) molti consumatori hanno riscoperto un'autentica passione per il cibo e per quanto rappresenta, come strumento di autorealizzazione e di socialità; 2) molte aziende hanno adottato in maniera continuativa la modalità di *smart working*, per cui si è mantenuta l'identificazione postfordista tra luogo di lavoro e abitazione, con la conseguente possibilità di avere più tempo a disposizione per cucinare. L'effetto immediato è la perdita di clientela da parte dei ristoranti, soprattutto quelli collocati nei pressi di aziende ed uffici e nei centri storici. Questi cambiamenti nei consumi alimentari richiedono una profonda trasformazione del modo di concepire e organizzare il ristorante, che sta portando ad una selezione spietata ma inevitabile fra i locali che sanno adeguarsi

alle innovazioni richieste dal mercato e realtà che invece sono incapaci di rispondere alle nuove sfide.

Si possono individuare due pratiche che i ristoranti hanno adottato per rinnovare la loro proposta: 1) il *delivery* del pasto, cioè la consegna a domicilio del pranzo o della cena, prenotata generalmente on line dal cliente sul web o su una *app* specifica; 2) il *delivery* del kit contenente i prodotti per preparare un alimento o una ricetta, modalità preferita dal consumatore che vuole cimentarsi ai fornelli e cucinare. Queste innovazioni richiedono una diversa gestione degli operatori, con la presenza di nuove figure addette al *delivery* e una diminuzione del personale di sala, in considerazione della minor presenza di clienti al ristorante. Ne consegue, laddove possibile, una rimodulazione tecnica e spaziale della cucina ai fini di renderla conforme ai nuovi servizi offerti dal ristorante.

La riorganizzazione della struttura e delle fasi di processo e di prodotto comportano anche il ripensamento del marketing e del rapporto con il cliente. L'utilizzo delle *app* e dei social network per comunicare menu e proposte diventa fondamentale e strategico. Un ulteriore problema riguarda l'adeguamento della sala per rispettare le normative del cosiddetto distanziamento sociale (che dovrebbe essere più propriamente definito distanziamento fisico), che determinano una significativa riduzione dei posti disponibili. Anche in questo caso si tratta di modificare lo spazio fisico del ristorante, prospettando soluzioni che possono diventare stabili, con l'intento di fornire maggiore comfort e privacy ai clienti.

Siamo in presenza di trasformazioni che stanno cambiando l'immagine e la funzione del ristorante e richiedono nuove figure professionali a livello gestionale. Si rendono necessari e urgenti percorsi formativi e di aggiornamento, anche in modalità telematica, per i diversi settori della ristorazione e della ricettività, con particolare attenzione alle figure direttive e manageriali. Può essere utile generare una proficua collaborazione tra istituzioni universitarie, enti pubblici, centri di formazione professionale e associazioni di categoria.

L'interazione tra ristoratore e cliente sta diventando sempre più significativa e profonda, con una personalizzazione dell'offerta e del servizio e una più marcata differenza tra pranzo e cena. Le tecnologie e i social possono rappresentare un prezioso sostegno per la profilatura del consumatore, che viene analizzato nelle sue scelte e preferenze gastronomiche (Corvo 2015). In questa prospettiva i ristoranti si stanno specializzando in uno specifico settore di clientela,

al fine di ottimizzare l'organizzazione e la struttura. Il lavoro del ristoratore richiede ancor più che in passato la collaborazione di esperti nell'ambito economico, architettonico, sociologico, psicologico.

Non va peraltro dimenticato che componenti emozionali come la passione per il cibo e la cucina rappresentano sempre un elemento importante nella pratica ristorativa. Il consumatore sa apprezzare la narrazione del piatto e della ricetta condotta con competenza, professionalità e passione. Il ristorante non potrà mai prescindere dalla qualità del cibo, dall'accuratezza del servizio e dal rapporto privilegiato con il cliente (Guptill *et al.* 2013, Murcott *et al.* 2013).

Bibliografia

- Brillat-Savarin J.-A. (1825), *Physiologie du goût ou méditations de gastronomie transcendante*, Parigi, Charpentier Libraire éditeur.
- Capatti A. (2014), *La storia della cucina italiana*, Milano, Guido Tommasi Editore-Datanova.
- Capatti A. e Montanari M. (1999), *La cucina italiana*, Roma-Bari, Laterza & figli.
- Corchia L. e Levy P. (2011), *Luca Corchia, La democrazia nell'era di Internet. Per una politica dell'intelligenza collettiva. Con un saggio inedito di Pierre Levy (Democracy in the Internet Age. For a Politics of Collective Intelligence)*, Firenze, Le Lettere.
- Corvo P. (2015), *Food Culture, consumption and society*, Basingstoke, Palgrave McMillan.
- Cowan B. (2005), *The Social Life of Coffee: The Emergence of the British Coffeehouse*, Londra, Yale University Press.
- Montanari M., Sabban F. e Capatti A. (a cura di) (2015), *Cultura del Cibo*, Torino, UTET grandi opere.
- Dumas A. (1967), *Histoire de la Cuisine*, Paris, Veyrier.
- Escoffier A. (1903), *Le Guide Culinaire, Aide-mémoire de cuisine pratique*, Flammarion, Parigi, Émile Colin, Imprimerie de Lagny.
- Ferguson P. (2004), *Accounting For Taste – The Triumph Of French Cuisine*, Chicago, University of Chicago Press.
- Fipe (Federazione Italiana Pubblici Esercizi) (2019), “Ristorazione rapporto annuale”, <https://www.fipe.it/comunicazione/note-per-la-stampa/item/6166-ristorazione-rapporto-annuale.html>

- Flandrin J.-L. e Montanari M. (a cura di) (1997), *Storia dell'alimentazione*, Roma-Bari, Laterza.
- Goffman E. (1959), *The Presentation of Self, in Everyday Life*, Anchor, Garden City, New York (trad. it. *La vita quotidiana come rappresentazione*, Il Mulino, Bologna, 1969).
- Grimod de la Rèyniere A.B.L. (1810), *Almanach des Gourmands*, Parigi, Chaumerot.
- Guptill A.E., Copelton D.A. e Lucal B. (2013), *Food and society. Principles and paradoxes*. Cambridge, Polity Press.
- Kumar K. e Makarova E. (2008), The Portable Home: The Domestication of Public Space, *Sociological Theory*, 26(4), pp. 324-343.
- Murcott A., Belasco W. e Jackson P. (2013), *The Handbook of food research*, London-New York, Bloomsbury.
- Pitte J.-R. (1997), "L'invenzione del ristorante", in Flandrin J.-L. e Montanari M. (a cura di), *Storia dell'alimentazione*, Laterza, Roma-Bari, pp. 471-480.
- Rao H., Monin P. e Durand R. (2003), Institutional Change in Toque Ville: Nouvelle Cuisine as an Identity Movement in French Gastronomy, *American Journal of Sociology*, 108 (4), pp. 795-843.
- Spang L.R. (2000), *The Invention of the Restaurant: Paris and Modern Gastronomic Culture*, Cambridge, Londra, Harvard University Press.
- Treccani (2020), "Vocabolario online", <http://www.treccani.it/vocabolario/ristorante/>.
- Zanini A. (2012), *Un secolo di turismo in Liguria. Dinamiche, percorsi, attori*, Milano, Franco Angeli.