

CITTA' IN CONTROLUCE

Rivista sulla qualità della vita e il disagio sociale

N° 41/42 - Ottobre 2023

**LA POLARIZZAZIONE SOCIALE,
ECONOMICA ED EDUCATIVA
NELLE SOCIETÀ CONTEMPORANEE**

“Città in Controluce”

Periodico sulla qualità della vita e il disagio sociale

<http://cittaincontroluce.vicolodelpavone.it>

Direttore

Giampaolo Nuvolati

Comitato scientifico

Maurizio Bergamaschi, Carlo Berizzi, Guido Borelli, Roberto Camagni,
Letizia Carrera, Gilda Catalano, Damiano Cortese, Fulvia Daloisio, Paola De Salvo,
Ferdinando Fava, Elena Felicani, Michele Fontefrancesco, Rossana Galdini,
Marco Mareggi, Alfredo Mela, Carla Molinari, Serafino Negrelli, Giorgio Osti,
Davide Papotti, Giuseppe Polimeni, Tomaso Pompili, Lucia Quaquarelli,
Renzo Riboldazzi, Paolo Rizzi, Giuseppe Sergio, Anna Maria Zaccaria.

Comitato promotore

Franco Arcesati, Giacomo Aricò, Luigi Boledi, Brunello Buonocore, Laura Chiappa,
Cecilia Demuru, Massimo Magnaschi, Pierluigi Masini, Silvia Passerini, Valeria Poli,
Giancarlo Sacchi, Patrizia Soffientini, Pio Tarantini.

Direttore responsabile

Stefano Demuru

Casa editrice

Vicolo del Pavone

N. 41/42
Ottobre 2023

issn 2388 4053
isbn 978-88-7503-276-0

Singolo fascicolo € 22,00
Arretrato € 23,00

Acquistabile in libreria e via Internet all'indirizzo *www.vicolodelpavone.it*
oppure tramite bonifico bancario intestato a:
Vicolo del Pavone – Art&Coop - Società Cooperativa
Via Eugenio Petazzi 18/24 – 15053
Castelnuovo Scrivia (AL)
iban: IT 57H0690648677000000015068

Registrazione: Tribunale di Alessandria
al n. 58 del 3.11.2020

SOMMARIO

Introduzione	5
<i>Giampaolo Nuvolati</i>	
Italia: una società divergente?	7
<i>Marco Fattore</i>	
Leggere le diseguglianze: quale relazione tra polarizzazione sociale e segregazione spaziale?	20
<i>Maurizio Bergamaschi, Maria Grazia Montesano</i>	
Genere e razzismo: bell hooks e la casa come luogo di resistenza	35
<i>Consuelo Diodati</i>	
Dalla questione urbana alla “nuova questione territoriale” Alcune note sulle diseguglianze socio-spaziali in Italia	50
<i>Alessandro Coppola</i>	
Risorse pubbliche ma non per tutti: gli adolescenti alle prese con tante possibilità e altrettante forme di esclusione	74
<i>Irene Sartoretti</i>	
Non alla stessa velocità: la polarizzazione dei risultati delle scuole nelle regioni del Sud Italia	87
<i>Alessandra Decataldo e Brunella Fiore</i>	
I giovani tra permanenza nella famiglia di origine e nuovi modelli familiari: vincoli economici e mutamento culturale	106
<i>Carla Facchini</i>	
Sussidiarietà: per le strade del bene comune	136
<i>Marco Fattore, Giorgio Vittadini</i>	
L’accompagnamento all’autonomia per contrastare l’esclusione economica e sociale	153
<i>Paolo Rizzi, Barbara Barabaschi, Davide Marchettini</i>	
Abitare a Milano per le famiglie a basso reddito: difficoltà e opportunità. Il caso del sostegno affitti	172
<i>Giancarlo Rovati</i>	

(Im)mobilità e polarizzazione socio-territoriale nelle società urbane contemporanee	194
<i>Matteo Colleoni, Luca Daconto</i>	
Temporary design. Nuove connessioni all'interno del tessuto urbano	208
<i>Francesco Armato, Martina Corti, Lucetta Petrini</i>	
Tale padre, tale figlio: le disuguaglianze nella trasmissione intergenerazionale dei comportamenti alimentari	224
<i>Marco Terraneo e Gruppo Regionale OKKIO alla Salute Lombardia 2018</i>	
L'Osteria Nuova: una soluzione alla polarizzazione sociale? Un'indagine tra le Osterie Slow Food del veronese	239
<i>Michele Filippo Fontefrancesco e Matilde Gatto</i>	
Un'austera castiglia. Polarizzazione tra costa ed entroterra nella letteratura ligure del '900	259
<i>Mauro Bico</i>	
Il cinema, la mozzarella in carrozza, l'antagonismo di classe. Su una sequenza di <i>Ladri di biciclette</i>	274
<i>Luigi Boledi</i>	
Antonia Pozzi "a cuore scalzo"	283
<i>Antonetta Carrabs</i>	
Arte per tutti	291
<i>Eugenio Gazzola</i>	
Il mondo dei Fringe Festival: connubio virtuoso tra arti performative e territorio	304
<i>Francesca Vitale</i>	
Note per i collaboratori	309

L'OSTERIA NUOVA: UNA SOLUZIONE ALLA POLARIZZAZIONE SOCIALE? UN'INDAGINE TRA LE OSTERIE SLOW FOOD DEL VERONESE

di Michele Filippo Fontefrancesco* e Matilde Gatto**

Nell'ambito della riflessione sul processo di polarizzazione sociale e gastronomica, l'articolo affronta attraverso uno studio di caso, il ruolo svolto dalle Osterie Slow Food nel dare risposta alla tendenza in corso. La ricerca origina dalla particolare filosofia che individua questi ristoranti e li vedrebbe come luogo di risocializzazione e valorizzazione del cibo del territorio. L'indagine mostra come nella realtà attuale, questi esercizi solo parzialmente rispondono al modello ideale, offrendo un luogo di educazione gastronomica e promozione locale, ma non attivano momenti di riavvicinamento tra segmenti proiettati lungo traiettorie divergenti all'interno del campo sociale.

1. L'EMERGERE DI UN'IDEA

Questo contributo si colloca all'interno della discussione più ampia circa il tema della polarizzazione sociale che questo volume vuole proporre. Il concetto di polarizzazione sociale riporta ai processi di trasformazione culturale della società contemporanea che emergono in una progressiva modificazione degli atteggiamenti volta a favorire e legittimare processi di conflitto socio-culturale tra gruppi che si identificano, rifacendosi a

* Michele F. Fontefrancesco è ricercatore di discipline etnodemoantropologiche presso l'Università di Studi di Scienze Gastronomiche dove coordina il corso di laurea in Scienze e Culture Gastronomiche.

** Matilde Gatto è alunna dell'Ateneo.

visioni del mondo viepiù percepite dagli stessi e dalla società, come anti-tetiche, inconciliabili e contrapposte (Eckhardt & Bardhi, 2020). Laddove a partire dagli studi di Moscovici (e.g. Moscovici, 1963; Moscovici & Zavalloni, 1969), si è letta questa tendenza come un processo di reazione culturale di una minoranza rispetto ad una maggioranza impositiva e normativa, il lavoro di Becker (1963) urge il ricercatore sociale, di fronte all'insorgere di queste divisioni e all'identificarsi di minoranze potenzialmente descritte come "devianze", di de-oggettivare i confini identitari a favore di uno sguardo più attento delle sottese relazioni sociali e culturali. In particolare, per Bourdieu (1979) l'emergere di modelli culturali e di consumo distinti tra gruppi sociali differenti, ancor più quando visti in mutua contrapposizione, si lega a processi di distinzione, ovvero di mutuo distanziamento di questi gruppi all'interno di una complessiva dinamica di competizione sociale protesa al raggiungimento di una legittimazione e, con terminologia gramsciana, egemonia (Gramsci, 1971). Se, quindi, il processo di polarizzazione si può leggere nell'accresciuto divario che allontana le élite economiche dalla restante parte sociale (Graeber, 2013), in un'ottica di logica della pratica (Bourdieu, 1990), non solo l'analisi delle pratiche di consumo apre alla lettura delle trasformazioni sociali, ma la trasformazione di queste pratiche, attraverso la creazione di nuovi spazi e prodotti, diventa strumento di progettazione sociale, potenzialmente volto a ridisegnare le distanze e le incomunicabilità che solcano il presente.

In questa prospettiva, il cibo e le abitudini alimentari rappresentano un particolare oggetto attraverso cui ragionare capace di dar luce sul particolare nesso che lega i comportamenti economici e necessità culturali (Crowther, 2013). Nello specifico, la realtà ristorativa rappresenta un punto di ingresso per l'indagine sociale in quanto nelle sue trasformazioni ed evoluzioni si può vedere da un lato l'evolversi di modelli di prestigio, di economia e lavoro (1996), dall'altro l'articolarsi di una risposta ai bisogni materiali, affettivi, e valoriali di specifici segmenti della società; una risposta che mette in luce idealità condivise (Matejowsky, 2008) così come bisogni latenti (Yan, 2006). In tal senso, il luogo di ricerca precipuo diventa il ristorante e la forma di ristorazione che sottende l'esercizio (Beriss & Sutton, 2007).

Volgendo l'attenzione, in questo articolo, alla realtà italiana, si nota come la ristorazione contemporanea è caratterizzata da una pluralità di servizi che presentano forme più o meno articolate di servizio e offerta gastronomica

(Garibaldi, 2022). Questa pluralità è l'esito di una rapida trasformazione avvenuta nell'arco di pochi decenni, innovando un quadro altrimenti definito principalmente da due categorie di esercizio che hanno animato l'immaginario contemporaneo: quello di ristorante e quello di osteria. Corvo, Zocchi e Migliavada (2020) hanno recentemente tratteggiato la storia contemporanea del ristorante, come luogo e forma di impresa definitasi a finire del Settecento. Sin dalle prime esperienze, il ristorante si connota come luogo per i ceti borghesi cittadini; luogo di distinzione sociale e di accesso ad una gastronomia altra rispetto a quella domestica e locale (Spang, 2000). Questo modello si è evoluto nel corso degli anni sviluppando forme nuove di eccezionalità che vedono il cibo vieppiù come elemento fuoco di un'esperienza multisensoriale più complessa (Spence et al., 2021). Laddove il ristorante ha rappresentato il luogo dell'eccezionalità gastronomica, le osterie hanno rappresentato il luogo del cibo della quotidianità. Come tratteggiato da Bottini (2019), le osterie sono un tratto antico dell'urbanità e fondano le loro radici nell'antichità latina in cui tanto nelle città così come nel contado erano presenti locali che offrivano servizi di ristorazione e ospitalità per i viandanti (Segalla, 2016). Chiamate osterie, taverne, locande, trani, o piole, solo per indicare alcuni dei molti nomi che si legano a questi luoghi (Bottini, 2019), esse hanno rappresentato nel corso dei secoli un primo e fondamentale presidio gastronomico locale offrendo piatti, segnati da semplicità ed economicità radicata, le cui forme, ricette ed ingredienti si legavano al territorio ed alle sue specificità bioculturali. A fianco di ciò, le osterie hanno rappresentato un luogo di incontro e socialità tale da determinarne una centralità culturale. Le profonde trasformazioni socioeconomiche e le crescenti disponibilità economiche della popolazione italiana, però, portarono a partire dal Boom Economico ad un'evoluzione dell'orizzonte gastronomico ed al declino di questa forma di ristorazione che non smise, però, di esercitare un suo fascino.

A partire dagli anni Ottanta, laddove i ristoranti e i loro chef assumevano una centralità nell'immaginario collettivo tanto da farne oggetto di interesse di un pubblico via via più ampio (Spinelli, 2020), le osterie divennero oggetto di una nuova poetica sociale (Herzfeld, 1997); una narrazione collettiva che ritrovava nei luoghi del passato raccontati da scrittori e cantautori, quali Brera, Fenoglio, Gaber o Svampa, l'ideale modello ed antidoto ad una percepita divaricazione tra cibo e realtà locale. In un momento storico in cui veniva fondato Slow Food in reazione ai processi di

globalizzazione della gastronomia del quotidiano (Petrini, 2003), le osterie diventavano l'interfaccia attraverso cui il consumatore urbano sradicato dalla "tradizione" (termine più volte utilizzato nella retorica di Slow Food e volto ad indicare l'areale culturale e gastronomico relativo alle specificità del mondo popolare contadino di un dato territorio ed incentrato su specifici ricette e prodotti volte a valorizzare gli ecotipi specificamente prodotti da una comunità in un periodo antecedente il Boom economico. E.g. Porporato, 2018) poteva riappropriarsene; laddove la ristorazione esplorava forme nuove in dialogo con le nuove tecnologie dell'industria alimentare, l'osteria era luogo di rinnovata semplicità; quando i ristoranti si affermavano come oggetto di moda e di ostentativo consumo, le osterie erano viste come luogo di riattivazione comunitaria e socialità. Questo discorso prese forma nell'ideale di "nuova osteria" proposto da Capatti (2000): l'osteria come luogo ideale di socialità comunitaria e cibo di territorio, l'osteria come "casa pubblica dove si può riposare, giocare a carte, riunirsi fra amici, fare attività politica, predicare l'intemperanza e praticarla". Il concetto di nuova osteria divenne parte del dibattito gastronomico e, soprattutto, il movimento Slow Food lo pose al centro della sua idealità e di impegno riformatore del settore della ristorazione. Fondamentale in questo percorso è, nel 1990, il lancio della prima "Guida alle Osterie d'Italia" (Arcigola Slow Food, 1991): una delle primissime guide gastronomiche contemporanee annualmente pubblicata dal movimento ed in cui sono censiti quegli esercizi capaci di offrire prodotti del territorio in menù a prezzi considerati alla portata anche delle fasce popolari. Come spiega Valeria Siniscalchi (2014),

le guide Osterie d'Italia [...] est à la fois l'un des instruments de la diffusion de l'association et de ses principes sur le territoire, et le résultat de ce travail. La rédaction du volume annuel du Guide, bien que coordonnée et mise en forme au siège de l'association, à Bra, s'appuie sur la collaboration des adhérents de l'association qui découvrent, signalent, testent et contrôlent les établissements « dignes » de constituer ce « Sussidiario del mangiarbere all'italiana » (le manuel du manger-boire à l'italienne) Utilisé par les adhérents eux-mêmes comme un manuel de découverte du pays, il les oriente non seulement vers les lieux où bien manger mais aussi vers les espaces de l'« intimité culturelle », où les membres de Slow Food peuvent se retrouver dans des lieux familiaux et familiers, non seulement du point de vue de la gestion des osterie, mais aussi de leur appartenance à l'association.

Più in generale, la Guida, il suo attivare un pubblico nascente di turisti enogastronomici portandolo all'esplorazione di nuovi orizzonti e di realtà alternative a quelle promosse da guide rinomate come quella Michelin, o quella del Touring Club Italiano, promossero un modello di ristorazione nuova che si poneva idealmente gli obiettivi di valorizzare la gastronomia di un territorio, promuovere i suoi produttori, permettere ad un pubblico ampio di accedere a cibo "di qualità" (termine etnografico centrale al movimento Slow Food volto ad indicare ricette e prodotti capaci di avere una maggiore ricchezza di gusto, cura nella preparazione, e significanza culturale rispetto alla storia economica e sociale di un territorio e a prodotti industriali. E.g. : Counihan, 2018), quindi creare una nuova socialità attorno al cibo servito (Capatti, 2000). Questi obiettivi risuonano con le sfide del presente ed un contesto di polarizzazione sociale e gastronomica (Barrère et al., 2012) che vede segmenti sempre più ampi della popolazione avere difficoltà ad aver accesso a quel cibo "buono, pulito e giusto", proprio ideale di Slow Food (Petrini, 2005). A trent'anni dalla prima Guida, i primi esiti positivi dal punto di vista dello sviluppo rurale locale iniziano a definirsi con chiarezza (e.g. Fassino, 2015). A fianco di ciò, però, questo articolo si interroga su quale sia oggi ancora la filosofia, il modello ideale che percorre le Osterie Slow Food; quali siano i bisogni socioculturali a cui rispondono e come esse intercettano le dinamiche di polarizzazione sociale in atto. A tal fine, in questo articolo, si presentano gli esiti di una ricerca condotta nel corso del 2021 e 2022 in provincia di Verona esplorando la storia di vita delle Osterie e il loro modello ristorativo.

L'articolo introduce la ricerca ed il suo areale, quindi presentando e commentando i dati raccolti sul campo. L'indagine è stata condotta da MG supervisionata da MFF. Il presente contributo è realizzato da MFF sulla base della prima elaborazione dei dati prodotta da MG. Si ringraziano tutti i ristoratori e le attività coinvolti nell'indagine. L'analisi proposta in quest'articolo rientra tra gli esiti del progetto "*Promoting Entrepreneurship and Gastronomy Tourism*" finanziato dal programma Erasmus+ della Unione europea all'interno del bando "*KA220-HED – Cooperation partnerships in higher education*".

2. LA RICERCA

Questo contributo si sviluppa sulla base di una ricerca di caso (Yin, 2018) svolta nella provincia di Verona e volta ad indagare le caratteristiche proprie delle Osterie Slow Food del territorio, a quali bisogni esse rispondono. In primo luogo, le Osterie sono state scelte come soggetto di analisi, come visto nel paragrafo precedente, in quanto attività ristorative identificate come rispondente ad un modello ideale di ristorazione volto a creare un ponte, a ricucire una distanza socioculturale, tra alta cucina, intesa come cucina delle elite, e cucina popolare, intesa come cucina delle masse, attraverso la proposizione di un modello ristorativo incentrato su una cucina di territorio. In tal senso, le Osterie rappresentano un campione privilegiato di attività ristorative che potenzialmente si interrogano proattivamente sui processi di trasformazione socioculturale in atto, attraverso l'espressione di quella che può definirsi una forma di gastronomia *engagé*. Inoltre, la scelta del territorio veronese, come approfondito a breve, ha fatto incidere la ricerca in uno dei territori italiani che ha visto nell'arco del cinquantennio un più veloce sviluppo urbano ed economico, trasformando radicalmente la relazione urbano – rurale e segnando una forte cesura tra le dinamiche socioeconomiche e gastronomiche ancora attive nel primo Novecento e quelle configuratesi a partire dal Boom economico, a fronte del mantenimento di una complessiva attrattività turistica.

Verona è una città di circa 250 mila abitanti che si estende per circa 200 km² nel margine settentrionale della Pianura Padana, lungo il fiume Adige e ai piedi dei monti Lessini. La provincia di Verona con quasi un milione di abitanti e 3000 km² di estensione è la seconda provincia del Veneto per numero di abitanti ed estensione. Confina a nord con il Trentino-Alto Adige, a est con la provincia di Vicenza e con la provincia di Padova, a sud con la provincia di Rovigo, a sud e a ovest con le province lombarde di Mantova e Brescia. Il territorio si può caratterizzare in quattro macro-areali: la fascia montana a nord, il conurbato Veronese al centro, la fascia lacustre a nordovest, la fascia pianeggiante che si estende da ovest ad est abbracciando la parte meridionale della provincia. Provincia prevalentemente agricola fino al primo Novecento, conosce una veloce industrializzazione nel secondo dopoguerra grazie alla posizione logistica all'incrocio tra la via del Brennero e la direttrice Torino – Milano – Venezia. Le campagne conobbero in questa fase un rapido popolamento che vide la popolazione dei comuni agricoli

ridursi oltre il 75%, specialmente nell'area collinare e montana (Zangarini, 1997). La disponibilità di manodopera proveniente dalle campagne alimentò lo sviluppo industriale, focalizzato nell'area veronese e sull'asse viario MI – VE, facendo della città uno dei principali poli industriali del Nord Est italiano (Bottini & Morgante, 1999). A fronte dello sviluppo economico, la provincia conobbe una crescita del tenore medio di vita permettendo l'espansione dell'industria del turismo e del tempo libero quindi una sostanziale crescita del settore della ristorazione a partire dagli anni Ottanta (Baccarani et al., 2007). Nell'arco dell'ultimo ventennio, in particolare, l'attenzione si è concentrata su quelle attività capaci di proporre una gastronomia di territorio, radicata nella tradizione veneta. In tal senso, le osterie Slow Food sono state oggetto di interesse non solo delle generazioni più adulte, ma anche dei Millennials e della Generazione Z volenterosi di provare piatti e ricette ormai inconsuete nelle case cittadine (Guigoni, 2019).

Considerando questi dati di contesto che indicano la rilevanza delle nuove osterie nel panorama gastronomico locale, la ricerca è stata svolta tra l'estate 2021 e la primavera 2022, volendo esplorare il territorio veronese, attraverso lo studio in profondità di realtà indicate nella guida Osterie d'Italia Slow Food (18 nel 2021: Bolasco & Signoroni, 2020; quindi 21 nel 2022: Bolasco & Signoroni, 2021), con particolare attenzione alle peculiarità geografiche e turistiche della provincia.

A tal pro, i locali esaminati sono situati in tutte le zone della provincia: sia nell'area bagnata dal Lago di Garda, sia nella zona montana della Lessinia, sia nella zona pianeggiante che vicino al centro città. Il territorio è stato diviso quindi in quattro areali in base alla loro posizione geografica: l'area A riguarda la zona Nord e Nord-Ovest della provincia; l'area B si interessa sui locali nel centro città e nel Comune di Verona; l'area C prende in esame la zona Sud e Sud-Est mentre la zona D si concentra sulla zona Est della provincia.

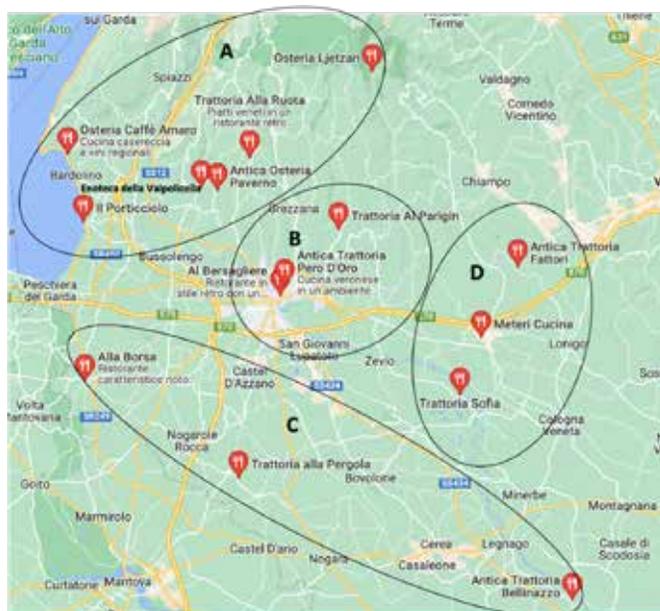


Figura 1 – Mappa locali intervistati elaborata sulla base della cartografia Google-Maps®.

Partendo dalla totalità degli esercizi presenti nella guida 2021 (Bolasco & Signoroni, 2020), tutte le realtà sono state contattate chiedendo la loro adesione al progetto di ricerca. 15, distribuite come in Fig. 1 ed elencate in Tab. 1, hanno risposto all'invito partecipando alla ricerca. I dati sono stati anonimizzati. Complessivamente la distribuzione degli esercizi partecipanti è risultato rispetto ai territori con una presenza maggiore nella zona A dove incide la maggior parte delle osterie segnalate nella guida.

Zone	A	B	C	D
N. Osterie	I, II, III, IV, V, XV	VI, VII, VIII	XII, XIII, XIV	IX, X, XI

Tabella 1 – Osterie approfondite ripartite per areale di indagine.

Lo studio è stato svolto attraverso una campagna di interviste in profondità degli attuali gestori dei locali individuati, sottoponendoli ad un'intervista strutturata articolata in 7 blocchi di domande (tab. 2). Le interviste sono

state coinvolte in presenza, ovvero online qualora le limitazioni legate alle misure di contrasto alla pandemia di Covid-19 non permettessero altrimenti.

Blocco	Domande
1: Storia dell'Oste	Come e quando ha iniziato a fare questo lavoro? Qual è la sua storia professionale?
2: Storia dell'Osteria	Qual è la storia di questo ristorante? Cosa significa il nome del ristorante? Il locale è ereditato o aperto dal titolare?
3: Filosofia dell'Osteria	Qual è la filosofia del locale? Cosa si vuole trasmettere ai consumatori con la cucina proposta? Secondo lei il cibo ha un impatto sui consumatori? Si rendono conto della qualità? I clienti che vengono nel suo ristorante cosa trovano/cosa devono aspettarsi di trovare? Sono presenti consumatori abituali o solitamente sono clienti di passaggio?
4: Scelta materie prime	Com'è composto il menù? Cambia in base alla stagione? Come e da chi vengono scelti gli ingredienti utilizzati? Vengono usati Presidi e/o PAT? Relazioni con dei produttori locali? Ricette in riferimento alla tradizione locale? Piatti rivisitati con filosofia slow food?
5: Personale	Come viene scelto il personale? È ancora presente la figura della mamma-cuoca?
6: Ruolo di Slow Food	Come si è entrati in contatto con Slow Food? Cosa significa essere un'osteria Slow Food? Essere segnalati sulla guida delle osterie che benefici ha? Al personale viene trasmessa la filosofia slow food?
7: Gestione emergenza Covid	Come è stata gestita la pandemia? I clienti sono rimasti gli stessi o si è notato un cambiamento? Avete fatto delivery? Con che modalità? La cucina era già impostata per questo tipo di ristorazione o vi siete reinventati i piatti?

Tabella 2 – Tracciato dell'intervista.

Le risposte raccolte e anonimizzate sono state elaborate attraverso software di elaborazione qualitativa attraverso l'uso di codici analitici (Bazeley & Jackson, 2019). Nello specifico, la codifica analitica si è improntata sui seguenti codici (Tab. 3).

Codice	Legenda
Oste (O)	Rilevanza principale dell'agency individuale dell'intervistato
Famiglia (F)	Rilevanza principale dell'azione familiare, continuità intergenerazionale
Territorio (Te)	Rilevanza principale del tessuto socioculturale e produttivo prossimo all'attività
Tradizione (Tr)	Rilevanza principale data alla continuazione di abitudini e prassi alimentari passate
Innovazione (I)	Rilevanza principale data alla sperimentazione gastronomica
Qualità (Q)	Rilevanza principale data alla qualità organolettica e alla sicurezza alimentare dei prodotti proposti
Slow Food (SF)	Rilevanza principale data alla collaborazione e partecipazione nel movimento Slow Food
Chiusura (C)	Chiusura dell'attività durante i lockdown
Delivery (D)	Attivazione di servizi di delivery durante il lockdown
Altro (A)	Altra risposta

Tabella 3 – Legenda dei codici analitici usati nell'analisi delle interviste.

È da evidenziare che nell'analisi concetti e parole quali “tradizione” (Hobsbawm & Ranger, 1983) e “qualità” (Chumley & Harknes, 2013), il cui significato è stato analizzato dalla letteratura evidenziando i limiti di una loro lettura essenzialista (Herzfeld, 2010), sono qui considerati quali concetti etnografici, usati per esplorare le visioni del mondo degli osti e le caratteristiche proprie delle loro attività.

3. IL PROFILO DELLA NUOVA OSTERIA

L'indagine offre un'indicazione forte di cosa sia la realtà ristorativa della nuova osteria che si articola attraverso alcuni pilastri: la centralità della famiglia tanto nella storia quanto nella conduzione dell'azienda, l'attenzione alla tradizione e al dato di territorio che si esprime anche nelle catene di approvvigionamento locali, nonché il riconoscimento dell'importanza di Slow Food nello sviluppo aziendale. Tab. 4 illustra i risultati raccolti.

Osterie	Storia dell'Oste	Storia dell'Osteria	Filosofia dell'Osteria	Scelta materie prime	Scelta e gestione personale	Ruolo di Slow Food	Gestione emergenza Covid
I	O	O	Te/Tr	Te/Tr/I/Q	F	SF	D
II	F	F	Te/Tr	Te/Tr/I/Q	F	SF	D
III	F	F	Te/Tr	Te/Tr/I/Q	F	SF	C
IV	F	F	Te/I	Te/Tr/I	F		D
V	F	F	Te/Tr	Te/Tr	F	SF	C
VI	F	F	Te/Tr	Te/Tr	F	SF	C
VII	F	F	Te/Tr	Te/Tr	F	SF	C
VIII	F	F	Te/Tr	Te/Tr	F	SF	C
IX	F	F	Tr/F	Tr/I	F	SF	C
X	O	O	I	Te/Tr	A	SF	A
XI	F	F	Tr/F	Te/Tr	F	SF	D
XII	F	F	Tr/F	Te/Tr	F	SF	C
XIII	F	F	Tr/F	Te/Tr	F	SF	C
XIV	F	F	Tr/F	Te/Tr	F	SF	C
XV	O	O	I	Te/Tr	F	SF	C

Tabella 4 – La tabella riporta i dati elaborati risultanti dalle interviste condotte con gli osti delle diverse imprese. La colonna 1 riporta gli indicativi delle singole osterie. In bianco le osterie della zona A, nella prima tonalità di grigio quelle della zona B, nella seconda tonalità di grigio quelle della zona C, nella terza tonalità di grigio quelle della zona D. Le risposte sono sintetizzate secondo i codici illustrati in Tab. 3.

In primo luogo, emerge come le risposte nel complesso si ripetano senza sostanziale correlazione con la collocazione geografica. Questo permette un più agile ragionamento di insieme (Tab. 5).

Osterie	Storia dell'Oste	Storia dell'Osteria	Filosofia dell'Osteria	Scelta materie prime	Scelta e gestione personale	Ruolo di Slow Food	Gestione emergenza Covid
Tot	F: 12, 80%	O: 3, 20%	Te/Tr: 7, 47% Te/I: 1, 7%	Te/Tr/I/Q: 3, 20%	F: 14, 93% A: 1, 7%	F: 14, 93% A: 1, 7%	C: 10, 67% D: 4, 27% A: 1, 7%
	O: 3, 20%	F: 12, 80%	Tr/F: 5, 33% I: 2, 13%	Te/Tr/I: 1, 7% Tr/Te: 10, 67% Tr/I: 1, 7%			

Tabella 5 – Rielaborazione complessiva dei dati su base assoluta e percentuale delle risposte. Le percentuali sono espresse per arrotondamento.

A dispetto di altri modelli ristorativi, l'osteria è principalmente un modello basato sulla famiglia. Questo emerge in primo luogo dalla storia stessa delle attività (d.2), all'80% almeno alla seconda generazione di conduzione da parte della stessa famiglia. Questo dato è ulteriormente rafforzato nei narrati individuali dei ristoratori che collocano la loro professione come in continuità con la storia familiare (d.1). La narrazione non è mai quella di un destino subito, piuttosto di una maturazione di una vocazione alla ristorazione costruita nel tempo, nell'esposizione al mestiere nel contesto familiare. La famiglia, inoltre, è la fondamentale risorsa per il reperimento di personale (d.6). Anche per chi, come il gestore dell'Osteria I, la professionalità e la filosofia aziendale si legano ad una storia personale che segue percorsi altri rispetto a quelli immaginati ed appresi nell'ambito della sua famiglia, i membri della sua famiglia trovano occupazione all'interno dell'osteria ricoprendo i ruoli fondamentali all'interno di questa (e.g. cucina, sala, contabilità).

La filosofia gastronomica delle osterie si centra sui concetti di tradizione e territorio (d.3). Meno del 20% lega il modello di ristorazione ad un ideale di innovazione e ricerca di avanguardia, laddove tutti gli altri rispondenti vedono nella capacità di interpretare e far vivere la tradizione gastronomica locale, sia della propria comunità sia della propria famiglia (80%), così come rappresentare la specificità dei prodotti e supportare i produttori locali (53%), la missione del singolo locale. Questo attaccamento per il locale, storico e geografico, è rimarcato nelle interviste e si esprime nei menu incentrati su ricette tradizionali del luogo e della regione. Questa attenzione è inoltre spiegata come strumento necessario per caratterizzarsi e meglio competere all'interno di un orizzonte turistico particolarmente competitivo venendo ad intercettare un pubblico selezionato prevalentemente medio/medio-alto spendente e di origine italiano interessato alla specificità culinaria dell'area.

Laddove la cucina offerta è generalmente semplice, per lo più ispirata a modelli caserecci e capace di evocare il senso di familiarità e intimità ai commensali (Holtzman, 2006), la scelta degli ingredienti e dei produttori guarda con attenzione alle risorse presenti sul territorio, spesso creando rapporti stretti con gli agricoltori locali (d.5). Tutti gli intervistati guardano al territorio e alle sue tradizioni per individuare gli ingredienti necessari, oltre il 90% si approvvigiona localmente (prevalentemente a livello provinciale) per gli ingredienti chiave delle preparazioni. Questa scelta è motivata tanto dal senso

di prossimità (93%), quanto sapendo trovare a livello locale materia prima di maggiore qualità e sicurezza rispetto a quella reperibile altrove (20%).

Attenzione, quindi, è data alla stagionalità variando i menu su base delle materie prime disponibili. Inoltre, questa attenzione alla prossimità risalta anche nei menu proposti che si legano alle specifiche dei singoli areali. Se nella zona della Lessinia si trovano piatti realizzati con erbe spontanee locali, nella zona del Garda è valorizzato principalmente il pesce di lago, così come nell'area di Valeggio sul Mincio, dominano i tortellini fatti a mano, a differenza del centro città dove prevalgono il bollito misto e lo stracotto di asino.

Per la quasi totalità dei locali il rapporto con Slow Food è centrale e di lungo corso (d.7). È una relazione che si lega alla Guida, in cui alcuni ristoranti sono segnalati da più di due decenni, e più in generale di appartenenza ad un movimento in cui, con un'unica eccezione, si sentono parte e protagonisti.

Infine, la pandemia (2020-21) ha rappresentato un momento complesso per tutte le osterie. Solo il 33% ha introdotto modelli alternativi di ristorazione, principalmente basati sulla *delivery*. Il 66% ha preferito chiudere durante i lockdown. Questa scelta è stata legata alla collocazione rurale delle osterie così come la struttura stessa della loro clientela. In tal senso, in particolare i lockdown del 2020 sono stati vissuti come momenti di formazione e riprogettazione delle attività.

4. UNA RISPOSTA A METÀ

L'indagine offre un profilo del reale che parzialmente si discosta da quello ideale della nuova osteria. Forte e marcato è il senso di continuità con la tradizione ed il territorio e la filosofia di queste realtà ristorative si incentra sulla volontà di comunicare e trasmettere l'unicità ed il valore della storia e delle specificità della realtà veronese. In questo senso, le osterie svolgono un ruolo educativo verso i propri clienti, offrendo la possibilità di riappropriarsi di conoscenze, saperi e sapori locali. Di fronte ad una polarizzazione sociale che passa in campo gastronomico anche attraverso una perdita di competenze gastronomiche (Fontefrancesco & Zocchi, 2020), si vede qui articolata una prima risposta. D'altra parte, laddove la polarizzazione, soprattutto prende anche forma nella ricerca del tipico e locale al fine di supportare fenomeni di distinzione sociale (Billard, 2006; Hinrichs, 2003; Paddock,

2015), proprio questa scelta gastronomica rischia di essere funzionale e corroborante la traiettoria socioculturale di polarizzazione.

A fronte di ciò, l'elemento della socialità che è centrale nell'idea originaria di nuova osteria, qui è limitatamente presente. Indubbiamente è forte l'aspetto del rafforzamento della rete economico-sociale del territorio; del volere costruire e esprimere una forma di gastronomia profondamente incorporata nel locale (Hinrichs, 2000) e allo stesso tempo capace di essere valorizzante specifiche filiere minori, locali (Fontefrancesco, 2023). D'altra parte, l'osteria in quanto tale non è vista come luogo della socialità comunitaria. Non si sviluppano, in altre parole, per essere luoghi aperti di socializzazione, bensì muovono sulle orme di una più consolidata idea di ristorante, ovvero luogo in cui spendere il tempo dell'eccezionalità e non del quotidiano (Corvo et al., 2020). In questo senso, non si rivolgono tanto ad un pubblico locale e di prossimità, ma si collocano all'interno dell'orizzonte sociale tratteggiato dai flussi turistici che solcano il veronese e si rivolgono a questi. In particolare, si rivolgono esplicitamente ad un pubblico di classi agiate, non articolando compiutamente quell'obiettivo di popolarizzazione del cibo "buono, pulito e giusto" che si ravvivava nell'originaria idealità.

Complessivamente, quindi, in relazione al fenomeno di polarizzazione della società, le osterie appaiono una risposta a metà, capace solo in parte a fronteggiare il fenomeno. Laddove, non sembrano essere funzionali a trovare un punto di contatto tra i segmenti della società in allontanamento, svolgono però un'importante funzione di riterritorializzazione delle fasce sociali più agiate, che trent'anni fa Bauman (1998) individuava tra i gruppi naturalmente più globali ed incapaci di apprezzare e vivere la datità di un territorio. In tal senso, a dispetto del nome che rimanda al mondo popolare, le osterie devono essere lette come realtà organica alle dinamiche socio-culturali dei ceti più affluenti, senza per questo sminuirne il contributo dato allo sviluppo del territorio così come alla diffusione di una cultura alimentare più attenta alle specificità e al dato della sostenibilità socio-economica ed ambientale della produzione (Line et al., 2016). In tal senso, queste offrono un contributo a rallentare il distanziamento di una parte della società altrimenti sempre più lontana dalla materialità del luogo e dal vissuto di un territorio, laddove, però, si abbisognano altri e più forti strumenti per ridurre le distanze ed invertire le tendenze in essere della nostra società.

BIBLIOGRAFIA

- Arcigola Slow Food
1991 Arcigola Slow Food. *Osterie d'Italia 1992*. Arcigola Slow Food.
- Baccarani,
et al., 2007 Baccarani, C., Brunetti, F., Cobelli, N., Rossato, C., Simeoni,
F., Ugolini, M. M., & Vigolo, V., Verona Sistema Turistico Lo-
cale? Un itinerario nel turismo del capoluogo scaligero tra rea-
lità consolidate e potenzialità inespresse. In S. Sciarelli (Ed.), *Il
management dei sistemi turistici locali: strategie e strumenti per la
creazione, lo sviluppo e la governance* (pp. 411-435). Giappichelli.
- Barrère, et al., 2012 Barrère, C., Bonnard, Q., & Chossat, V., Food, Gastronomy
and Cultural Commons. In E. Bertacchini, G. Bravo,
M. Marrelli, & W. Santagata (Eds.), *Cultural commons : a
new perspective on the production and evolution of cultures* (pp.
129-149). Edward Elgar.
- Bauman, 1998 Bauman, Z., *Globalization. The human consequences*. Colum-
bia University Press.
- Bazeley, Jackson
2019 Bazeley, P., & Jackson, K., *Qualitative data analysis with NVi-
vo* (Third / edited by Pat Bazeley, Kristi Jackson. ed.). SAGE.
- Becker, 1963 Becker, H. S., *Outsiders; studies in the sociology of deviance*.
Free Press of Glencoe.
- Beriss, 2007 Beriss, D., & Sutton, D. E., *The restaurants book : ethnogra-
phies of where we eat*. Berg.
- Billard, 2006 Billard, E.. When tradition becomes trendy : social distinc-
tion in Maltese food culture. *Anthropological Notebooks*,
12(1), 113-126.
- Bolasco, Signoroni
2020 Bolasco, M., & Signoroni, E.,. *Osterie d'Italia: sussidiario del
mangiarbere all'italiana*. Slow Food Editore.

- Bolasco, Signoroni
2021 Bolasco, M., & Signoroni, E., *Osterie d'Italia: sussidiario del mangiare all'italiana*. Slow Food Editore.
- Bottini, Morgante
1999 Bottini, F., & Morgante, M., Verona: realtà e immagini dell'area vasta. *Metronomie*, 16, 73-122.
- Bottini, 2019 Bottini, L., Le osterie: luoghi di presidio dell'identità territoriale e di socializzazione. In G. Nuvolati (Ed.), *Enciclopedia Sociologica dei Luoghi* (Vol. 1, pp. 257-271). Ledizioni.
- Bourdieu, 1979 Bourdieu, P., *La distinction*. Les éditions de minuit.
- Bourdieu, 1990 Bourdieu, P., *The Logic of Practice*. Stanford University Press.
- Capatti, 2000 Capatti, A., *L'osteria nuova: una storia del XX secolo*. Slow Food Editore.
- Chumley, Harknes
2013 Chumley, L. H., & Harknes, N., Qualia. *Anthropological Theory*, 13(1/2), 3-11.
- Corvo, et al.,
2020 Corvo, P., Zocchi, D. M., & Migliavada, R., Il ristorante: trama, attori e palcoscenico di un'invenzione che ha rivoluzionato il mangiare pubblico. In G. Nuvolati (Ed.), *Enciclopedia Sociologica dei Luoghi* (Vol. 3, pp. 327-343). Ledizioni.
- Counihan, 2018 Counihan, C., *Italian food activism in urban Sardinia : place, taste, and community*. Bloomsbury.
- Crowther, 2013 Crowther, G., *Eating Culture: An Anthropological Guide to Food*. University of Toronto Press.
- Eckhardt, Bardhi
2020 Eckhardt, G. M., & Bardhi, F., New dynamics of social status and distinction. *Marketing Theory*, 20(1), 85-102. <https://doi.org/10.1177/1470593119856650>
- Fassino, 2015 Fassino, G., Presidi Slow Food e buone pratiche di comunità. Il caso della Piattella canavesana di Cortereggio. In P. Corvo & G. Fassino (Eds.), *Quando il cibo si fa benessere*

- (pp. 191-206). Franco Angeli.
- Fine, 1996 Fine, G., *Kitchens : the culture of restaurant work*. University of California Press.
- Fontefrancesco, 2023 Fontefrancesco, M. F., Good, Fair and Clean Food for All. In R. Brinkmann (Ed.), *The Palgrave Handbook of Global Sustainability* (pp. 2533-2541). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-01949-4_164
- Fontefrancesco, Zocchi, 2020 Fontefrancesco, M. F., & Zocchi, D. M., Commensalità e capacitazione individuale: un'analisi etnografica del progetto 'Tavole Allegre'. *Narrare i Gruppi*, 15(2).
- Garibaldi, 2022 Garibaldi, R., *Rapporto sul turismo enogastronomico italiano: Trend e tendenze del turismo enogastronomico*. Associazione Italiana Turismo Enogastronomico.
- Graeber, 2013 Graeber, D., *The Democracy Project : a history, a crisis, a movement*. Penguin.
- Gramsci, 1971 Gramsci, A., Hegemony (Civil Society) and Separation of Powers. In A. Gramsci (Ed.), *Hegemony (Civil Society) and Separation of Powers*. International Publisher.
- Guigoni, 2019 Guigoni, A. (Ed.), *Foodie con la valigia: Il turismo enogastronomico in Italia*. Aracne.
- Herzfeld, 1997 Herzfeld, M., Social Poetics in Theory and Practice: Regular Guys and Irregular Practices. In M. Herzfeld (Ed.), *Cultural Intimacy: Social Poetics in the Nation-State*. Routledge.
- Herzfeld, 2010 Herzfeld, M., Essentialism. In A. Barnard & J. Spencer (Eds.), *Encyclopedia of social and cultural anthropology. Second Edition* (2002 ed.). Routledge.
- Hinrichs, 2000 Hinrichs, C. C., Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*, 16(3), 295-303. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(99\)00063-7](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0743-0167(99)00063-7).

- Hinrichs, 2003 Hinrichs, C. C. (). The practice and politics of food system localization. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 33-45. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00040-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00040-2)
- Hobsbawm,
Ranger, 1983 Hobsbawm, E. J., & Ranger, T. O., *The Invention of tradition*. Cambridge University Press.
- Line, et al.,
2016 Line, N. D., Hanks, L., & Zhang, L., Sustainability communication: The effect of message construals on consumers' attitudes towards green restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 143-151. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.07.001>
- Matejowsky, 2008 Matejowsky, T., Jolly Dogs and McSpaghetti: Anthropological Reflections on Global/Local Fast-Food Competition in the Philippines. *Journal of Asia-Pacific Business*, 9(4), 313-328. <https://doi.org/10.1080/10599230802453588>
- Moscovici, 1963 Moscovici, S., Attitudes and Opinions. *Annual Review of Psychology*, 14(1), 231-260. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.14.020163.001311>
- Moscovici,
Zavalloni, 1969 Moscovici, S., & Zavalloni, M.,. The group as a polarizer of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 12, 125-135. <https://doi.org/10.1037/h0027568>
- Paddock, 2015 Paddock, J., Invoking Simplicity: 'Alternative' Food and the Reinvention of Distinction [<https://doi.org/10.1111/soru.12056>]. *Sociologia Ruralis*, 55(1), 22-40. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/soru.12056>
- Petrini, 2003 Petrini, C., *Slow Food: Le ragioni del Gusto*. Laterza.
- Petrini, 2005 Petrini, C., *Buono, Pulito e Giusto: Principi di nuova gastronomia*. Einaudi.
- Porporato, 2018 Porporato, D., Si comincia dal cappone: vent'anni di Presìdi Slow Food. *Archivio Antropologico Mediterraneo*, 20. <https://doi.org/https://doi.org/10.4000/aam.309>

- Segalla, 2016 Segalla, S., *Le radici del cibo : donne, trattorie, passaggi d'epoca*. Guerini e Associati.
- Siniscalchi, 2014 Siniscalchi, V., La politique dans l'assiette. Restaurants et restaurateurs dans le mouvement Slow Food en Italie. *Ethnologie française*, 44(1), 73-83. <https://doi.org/10.3917/ethn.141.00>
- Spang, 2000 Spang, R. L., *The invention of the restaurant : Paris and modern gastronomic culture*. Harvard University Press.
- Spence, et al., 2021 Spence, C., Youssef, J., & Levitan, C. A., Delivering the Multisensory Experience of Dining-Out, for Those Dining-In, During the Covid Pandemic [Review]. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.683569>
- Spinelli, 2020 Spinelli, C., *Ottantafame*. Marsilio.
- Yan, 2006 Yan, Y., Golden Arches East.
- Watson, 2006 McDonald's in Beijing: The Localization of Americana. In Watson J. L. (Ed.), *McDonald's in East Asia, Second Edition* (pp. 39-76). Stanford University Press. <https://doi.org/doi:10.1515/9780804767392-004>
- Yin, 2018 Yin, R. K., *Case study research and applications : design and methods* (Sixth edition. ed.). Sage.
- Zangarini, 1997 Zangarini, M. (Ed.), *Il movimento sindacale a Verona*. Cierre Edizioni.