

WORLD FOOD

Il consumo dei cibi etnici in Italia

CARLA SANTOJANNI¹, STEFANIA GENOVESE²¹Dirigente Veterinario, Azienda Sanitaria Locale Napoli 1 Centro, Dipartimento di Prevenzione, Struttura Semplice Dipartimentale Ristorazione Collettiva²Tecnico della Prevenzione nell'Ambiente e nei Luoghi di Lavoro

Il complesso processo attraverso il quale le popolazioni immigrate adottano stili o scelte alimentari dei Paesi in cui vivono è definito acculturazione alimentare ed è influenzata dall'esposizione alla cultura del Paese ospite, dai cambiamenti psico-sociali e dai fattori ambientali. Tuttavia le abitudini alimentari degli immigrati possono cambiare più lentamente rispetto ad altri aspetti come la lingua e il modo di vestire. I pasti infatti, sono consumati prevalentemente nel privato, all'interno della propria casa e lo stile alimentare è unicamente legato alla cultura di origine. In un Paese ospite quindi, le minoranze etniche tendono a conservare modalità di preparazione, cottura e scelte alimentari proprie, il più a lungo possibile, anche se sottoposte a una forte pressione ambientale [1]. Talvolta però succede il contrario, ovvero sono queste minoranze etniche a influenzare le abitudini del Paese ospite. Non a caso in Italia, dal 2007 ad oggi, i consumi di prodotti etnici, ovvero di quei prodotti alimentari di provenienza extraeuropea che non hanno una presenza tradizionale e consolidata nella nostra alimentazione, sono raddoppiati (+ 93%) sia per effetto della presenza di immigrati, ma anche per una maggiore propensione degli italiani ad assaggiare ricette straniere, spinti probabilmente dalla volontà di integrazione con le nuove comunità sempre più presenti. Secondo quanto affermato da Coldiretti, sulla base del rapporto Coop, nel 2015 il maggior incremento degli acquisti è stato segnato proprio dai prodotti etnici, con un aumento del 18% rispetto all'anno precedente, un vero e proprio boom se correlato al taglio generale degli acquisti in Italia causato dalla crisi, e in una situazione in cui, i consumi alimentari, risultano abbastanza stagnanti. Questo cambiamento ha portato la diffusione di nuove coltivazioni in Italia, trainate certamente anche dalla crescita della cucina vegetariana e vegana, come il cavolo pakchoi (un cavolo cinese utilizzato prevalentemente fritto e in zuppa) e la jiuçai (simile all'erba cipollina) molto utilizzata nelle preparazioni a base di maiale, particolarmente graditi ai palati orientali; inoltre la crescita interessa anche le colture prettamente utilizzate all'estero, come lo zenzero, il coriandolo, la cannella e la curcuma (lo "zafferano delle

Indie"). Negli anni '90 mangiare in un ristorante etnico veniva considerata una novità, quando a fornire questo tipo di prodotti erano pochi ristoranti cinesi e qualche fast food. Oggi invece l'offerta è molto ampia, l'etnico è diventato ormai una moda. Sempre secondo quanto sottolinea Coldiretti, il 16 % degli italiani compra abitualmente cibi etnici mentre un italiano su 5 va al ristorante etnico una volta al mese. Una tendenza favorita anche da una crescente presenza degli stranieri nelle attività commerciali e della ristorazione alimentare. Dai dati Unioncamere relativi alla registrazione delle nuove imprese, si evince che tra il 2011 e il 2014 questo comparto della ristorazione è cresciuto dell'1,6%. Dei ristoranti di nuova apertura, quasi uno su tre è etnico. Se ne contano circa 190.000 in tutto il territorio nazionale [2]. Quello cinese è il più diffuso (40%), seguito dal giapponese (16%) e dal messicano (15%). Per quanto riguarda invece la vendita al dettaglio della GDO (Grande Distribuzione Organizzata) la preferenza è soprattutto per la gastronomia messicana (46%), seguono gli alimenti orientali (30%) e quelli americani (22%) [3]. Secondo il rapporto Coop del 2015, il giro d'affari dei prodotti etnici della GDO si aggira intorno ai 160 milioni di euro. Tuttavia il rapporto evidenzia che una persona su due non trova i prodotti etnici nella GDO, ragion per cui si rivolge ai minimarket etnici, un canale in rapida diffusione: sono localizzati soprattutto nei quartieri dove prevalgono gli stranieri e anche molti consumatori italiani li scelgono per la loro offerta specializzata e per la convenienza. Secondo le rilevazioni della Camera di Commercio di Milano, solo nel capoluogo lombardo se ne contano oltre 600, tra esercizi al dettaglio e minimarket, con un tasso di crescita che è di gran lunga maggiore rispetto a quello degli italiani (+10%). Il monopolio di questo segmento di mercato è dei cinesi (17%) e degli egiziani (10%). La fiducia che gli italiani ripongono in tali negozi è tuttavia ancora piuttosto bassa; il 62% dichiara di trovarli poco o per niente affidabili, a causa soprattutto di una scarsa qualità nei prodotti venduti, perché sono poco curati (22%) e perché, infine, sono frequentati in prevalenza da clientela straniera (11%). Ad ogni modo, l'offerta della distribuzione

1. Le è mai capitato di andare a mangiare in un ristorante etnico?

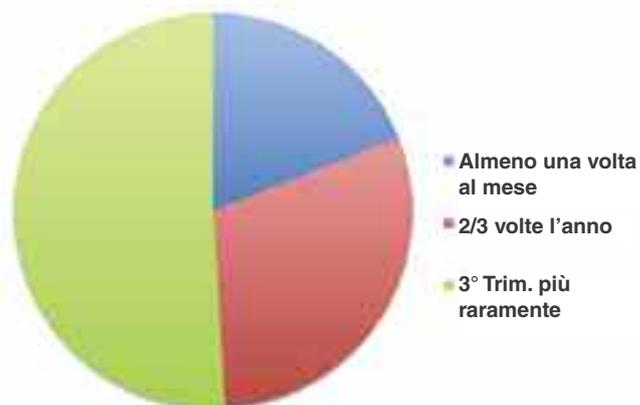
Per classe di età

	Sì	No
18-34 anni	64,2%	35,8%
35-54 anni	47,5%	52,5%
Oltre 54 anni	45,0%	55,0%
Totale	50,2%	49,8%

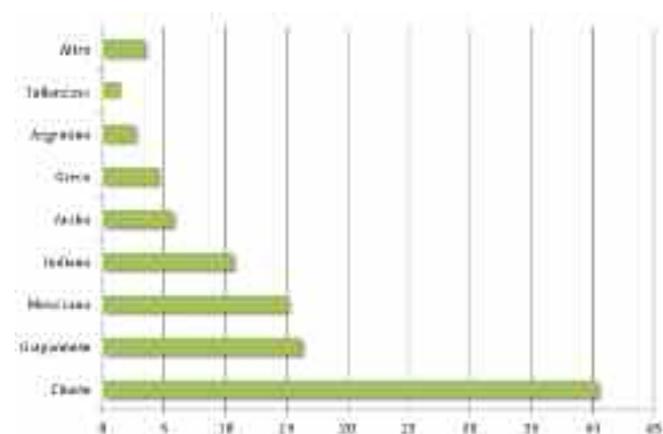
Per macroarea di provenienza

	Sì	No
Nord	53,4%	46,6%
Centro	53,0%	47,0%
Sud e Isole	44,1%	55,9%
Totale	50,2%	49,8%

2. Con quale frequenza?



3. In quali ristoranti si è recato almeno una volta nella sua vita?



4. Le è mai capitato di fare acquisti in negozi alimentari etnici?

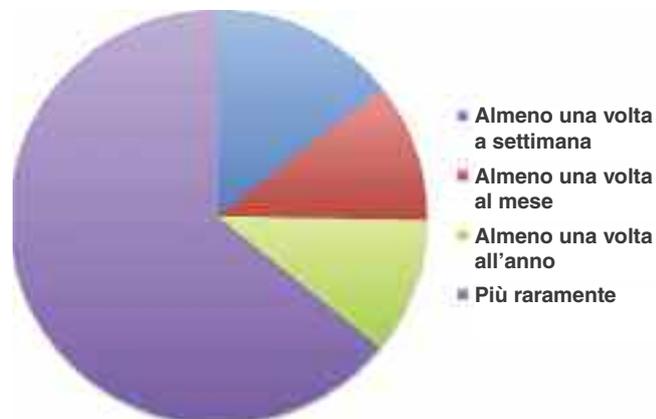
Per classe di età

	Sì	No	Totale
18-34 anni	22,7%	77,3%	100,0%
35-54 anni	26,7%	73,3%	100,0%
Oltre 54 anni	15,4%	84,6%	100,0%
Totale	21,4%	78,6%	100,0%

Per macroarea di provenienza

	Sì	No	Totale
Nord	24,3%	75,7%	100,0%
Centro	25,5%	74,5%	100,0%
Sud e Isole	14,3%	85,7%	100,0%
totale	21,4%	78,6%	100,0%

5. Con quale frequenza?



6. Cosa ha acquistato?

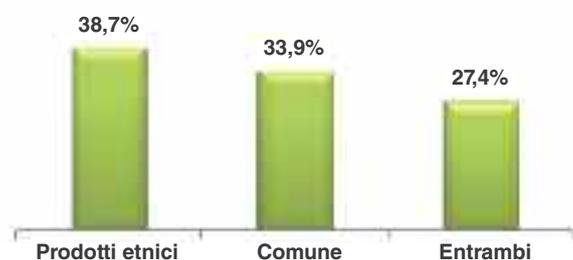
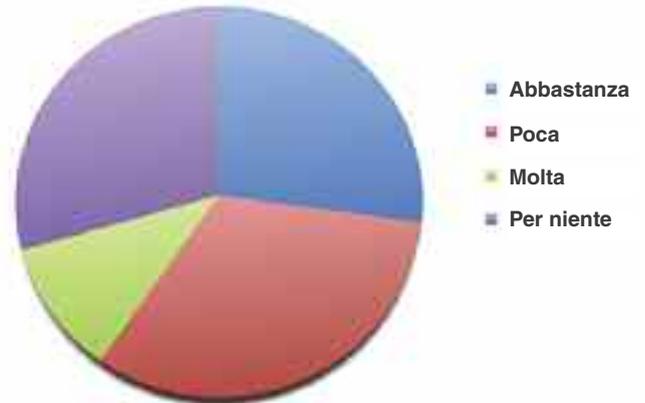


Figura 1. Elaborazioni Fondazione Leone Moressa su interviste Aes.

7. Perché si è rivolto a questi negozi di alimentari?

8. Quanta fiducia ripone nei negozi alimentari etnici?

9. Perché ripone questa scarsa fiducia? (se hanno risposto "poco" o "per niente" alla domanda precedente)

10. Le è mai capitato di acquistare nei supermercati tradizionali prodotti etnici presenti negli scaffali?
Per classe di età

	Sì	No	Totale
18-34 anni	34,4%	65,6%	100,0%
35-54 anni	41,6%	58,4%	100,0%
Oltre 54 anni	24,6%	75,4%	100,0%
totale	33,3%	66,7%	100,0%

Per macroarea di provenienza

	Sì	No	Totale
Nord	32,0%	68,0%	100,0%
Centro	36,8%	63,2%	100,0%
Sud e Isole	31,3%	68,8%	100,0%
totale	33,3%	66,7%	100,0%

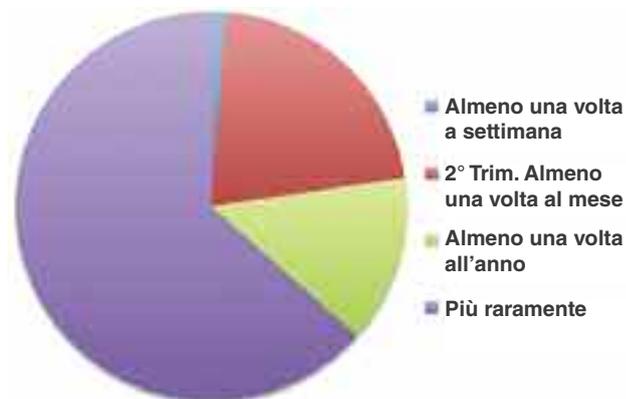
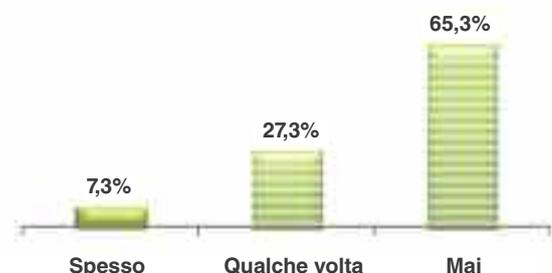
11. Con quale frequenza?

12. Le capita mai di cucinare a casa sua ricette tipicamente etniche?


Figura 1. Elaborazioni Fondazione Leone Moressa su interviste Aes.



©Fotolia.com

moderna si è oramai aperta alle specialità etniche: è ormai piuttosto frequente trovare sugli scaffali di supermercati piatti come il couscous, il pane arabo, il sushi, gli involtini primavera, il riso alla cantonese. Oltre ad essere dovuto alla presenza in Italia di comunità straniere oramai molto ampie, nonché al merito della globalizzazione, che ha favorito i flussi di persone e di tradizioni gastronomiche diverse dalle nostre, il rapporto Coop ipotizza anche che il boom di cibo etnico possa essere dovuto in parte all'effetto dell'Expo 2015, la grande vetrina sull'alimentare ospitata lo scorso anno a Milano [4]. Non tutti i prodotti etnici sono però graditi al palato italiano. Gli insetti sono particolarmente consumati in Olanda e Belgio, mentre negli altri Paesi europei, compresa l'Italia, risultano praticamente introvabili. Sono state fatte delle critiche sui cibi esotici venduti a Expo Milano 2015 (insetti, ragni fritti, pesce palla, coccodrillo, vino di serpente) spesso considerati eccessivi. Invece, la cucina giapponese, nella sua versione occidentalizzata, è largamente entrata nelle abitudini degli italiani; in particolare, il sushi e il sashimi, risultano essere i prodotti etnici più graditi [5]. Tra le altre cucine apprezzate, oltre quella cinese e giapponese, vi sono l'araba, l'indiana e l'africana. Non tutte le indagini che sono state effettuate in merito, sono però in accordo. Infatti, seppur meno recente, una ricerca effettuata

dalla rivista di enogastronomia e turismo "Vie del Gusto" del 2009, evidenzia che si mangia etnico per moda più che per conoscere altre culture a tavola. Interrogati sul motivo per cui scelgono di mangiare etnico, gli italiani rispondono di farlo "per moda" (67%), "come pretesto per passare una serata diversa" (43%) e non manca chi si reca presso questi esercizi solo "per assecondare il partner" (52%) o per spendere meno (47%). Dietro la scelta di mangiare etnico non ci sarebbe dunque il desiderio di scoprire nuovi sapori. Che gli italiani non siano dei veri gastrocuriosi lo conferma il modo in cui scelgono le pietanze al ristorante etnico: il 46% si affida ai consigli di amici più esperti, il 43% lo fa in modo del tutto casuale e il 28% si lascia influenzare dal nome delle portate. Sempre secondo questa ricerca, il ristorante lo si sceglie su giornali e riviste, e di fronte al menu si scelgono sempre le stesse cose, si "copia" l'ordinazione del commensale oppure ci si affida al caso. Infatti anche se il 46% sceglie il locale sulla base dei consigli di giornali e riviste, dimostrando comunque di informarsi, è pur vero che una volta entrati nel ristorante spesso si resta smarriti di fronte alle pietanze e allora si ordina "quello che ha preso lui" (46%) o ci si affida al cameriere (37%). Il 24% dichiara di ordinare sempre le stesse cose mentre il 18% si dimostra disponibile a provare sempre nuovi piatti.

Le caratteristiche dei consumatori di prodotti etnici

Gli italiani non si dimostrano molto preparati sulla consistenza delle ricette etniche; infatti, il campione intervistato, dimostra di avere abbastanza confusione in materia di cucina etnica. Questo emerge dall'indagine condotta su un campione di 1.300 uomini e donne di età compresa tra i 18 e i 65 anni, cui è stato chiesto il loro rapporto e il loro livello di conoscenza della cucina degli altri [6]. L'Osservatorio dell'Istituto Zooprofilattico Sperimentale delle Venezie ha realizzato una ricerca con l'obiettivo di studiare le caratteristiche dei consumatori di prodotti etnici nel contesto italiano. In particolare la ricerca aveva come fine ultimo di individuare l'atteggiamento e la tipologia dei consumatori di cibi etnici. Questo studio è stato realizzato nell'ambito del progetto di ricerca dal titolo "Ristorazione etnica e sicurezza alimentare: problematiche microbiologiche, reazioni avverse, frodi e percezione del rischio da parte del consumatore finale" finanziato dal Ministero della Salute (RC 17/12). L'indagine è parte di una ricerca più ampia che ha l'obiettivo di conoscere la percezione del rischio da parte dei consumatori e di verificare i requisiti igienico-sanitari nel settore della ristorazione etnica. I dati, aggiornati a marzo 2016, ed elaborati su un campione di 1.317 intervistati, riportano che gli italiani preferiscono soprattutto la cucina araba, cinese e giapponese; volendo poi delineare l'identikit del consumatore italiano dallo studio emerge che è soprattutto donna, lavoratrice, sopra i 35 anni, con figli, residente al nord, con un livello di istruzione medio-alto. Infatti, le donne (52,5%) amano l'etnico più degli uomini (47,5%). L'84,7% degli intervistati ha dichiarato di aver mangiato cibo etnico almeno una volta, contro il 15,3% che non lo ha mai provato. Il 57,5% ha aumentato il consumo negli ultimi cinque anni, mentre per il 31,7% è rimasto lo stesso e per il 10,8% è diminuito. L'etnico non si mangia solo fuori casa, ma lo si prepara anche direttamente fra le mura domestiche. Il 75% dichiara di acquistare prodotti alimentari etnici, soprattutto in supermercati della grande distribuzione (48,3%) o in piccoli negozi alimentari gestiti da stranieri (17,2%). I prodotti più comprati sono quelli della cucina cinese o giapponese (38,8%), seguiti dalla messicana/latino-americana (25,7%), araba/mediorientale (14,2%), del sud-est asiatico (10,6%) e infine africana (5,4%). A casa si cucinano soprattutto couscous, riso cantonese e sushi. Interrogato sul perché della scelta dell'etnico, il campione intervistato dichiara di farlo per mangiare qualcosa di diverso (51,4%), per ragioni culturali (31,1%) ed economiche (7,4%), in quanto il piatto etnico si dimostra un ottimo diversivo anti-crisi per il suo costo contenuto. Infine, si viene a contatto con la cucina etnica, principalmente, tramite familiari e amici (50,4%),

o da viaggi in Paesi stranieri (24,5%) [7]. Volendo completare questo *excursus* circa le abitudini degli italiani e il loro atteggiamento nei confronti dei cibi etnici, riportiamo i dati relativi a una indagine realizzata dalla Fondazione Leone Moressa nel 2010 (figura 1) [8], che seppur non troppo recente, mette in evidenza più nello specifico il rapporto degli italiani nei confronti dei prodotti etnici. L'indagine, condotta su un campione di 1.000 intervistati, ha rilevato che i giovani sono quelli più influenzati dalla cucina etnica, modificando le proprie abitudini alimentari, anche con il consumo di kebab. Al Nord Italia si va di più a mangiare in ristoranti etnici, mentre al Centro si è più interessati all'acquisto di prodotti provenienti da Paesi esteri. Sempre secondo questi dati, le attività gestite da stranieri in questo settore sono più presenti a Milano (17,5%), Prato (15,8%) e Trieste (15,1%). Al Nord i cinesi sono l'etnia più diffusa, al Sud prevalgono i tedeschi e gli svizzeri.

I contrari non mancano

Per completezza della trattazione c'è comunque da dire che, nonostante il boom dei cibi etnici tra gli italiani, e la loro propensione sempre maggiore ad assaggiare ricette etniche, i contrari non mancano, soprattutto quando si parla di mense scolastiche. Quasi un italiano su quattro (il 23%), ad esempio, è contrario alla distribuzione di cibi etnici nelle mense scolastiche. La maggioranza (43%) è favorevole, ma il dato, sommato a un 29% di indifferenti, la dice lunga sulla diversità di vedute sull'argomento. I dati sono emersi da una ricerca Coldiretti/Ixè condotta all'apertura dell'anno scolastico. Tra i favorevoli al cibo etnico, l'86% sottolinea l'importanza di avvicinarsi alle altre culture. Tra i contrari, oltre a un 35% "spaventato" dal fatto che i nuovi cibi non possano piacere ai bambini, per il 61% il motivo è molto semplice: "La cucina italiana è la migliore del mondo": perché cambiare? [9].

La sicurezza alimentare

Comunque, contrari o favorevoli ai cibi etnici, non bisogna perdere di vista quello che è l'obiettivo principale, sia per quanto riguarda gli alimenti etnici che non, ovvero la sicurezza alimentare. Infatti, considerando che l'art. 32 della Costituzione «*tutela la salute come fondamentale diritto dell'individuo e interesse della collettività*» e che la salute dell'individuo non può prescindere dalla sicurezza alimentare, considerando inoltre, che la sicurezza alimentare incide notevolmente sull'economia di una società (spese SSN, crisi di interi settori commerciali), risulta indispensabile offrire un'ampia gamma di prodotti alimentari sicuri; principio che deve valere sia per gli alimenti prodotti in modo tradizionale sia per quelli facenti parte



©Fotolia.com

della cultura di altri Paesi. La sicurezza alimentare non può essere considerata esclusivamente una questione di politica interna. Ai prodotti alimentari di tipo non tradizionale si applicano esattamente le stesse preoccupazioni in materia di zoonosi, contaminanti etc.. A tal proposito grande importanza è data soprattutto alle etichette. Infatti, con la crescita esponenziale dell'utilizzo dei cibi etnici, come ha spiegato anche la Coldiretti, occorre intervenire in modo strutturale con l'obbligo di indicare la provenienza del cibo in etichetta per consentire la rintracciabilità della produzione in vendita e favorire acquisti consapevoli da parte dei consumatori. La preoccupazione nasce in particolare dai dati sui controlli sanitari in Italia. Nel 2010 infatti, in Italia sono state sequestrate 25 ton-

nellate di cibi etnici irregolari nel corso di un'operazione che ha coinvolto diverse città italiane, e l'Italia è stata interessata da 28 allerte per alimenti prodotti nei Paesi extracomunitari (alghe, vermicelli di soia, riso OGM etc.). Infatti, i ristoranti etnici utilizzano più frequentemente materie prime d'importazione dai Paesi extracomunitari (es. alghe per sashimi).

I pericoli maggiormente identificati sono stati il mercurio, seguito dalle aflatoossine, presenza di parassiti, solfiti, istamina, *E. coli* e sostanze non autorizzate. Altri controlli ufficiali condotti su 158 punti di distribuzione e 16 depositi di alimenti etnici hanno evidenziato numerose irregolarità e nel 13% dei casi si è avuto il sequestro dei prodotti (2.102 kg alimenti etnici, fonte dati: Regione Lombardia ASL Brescia). Oltre l'etichettatura, per questi prodotti occorrerebbe controllare la corretta e puntuale applicazione delle BPI e delle procedure di autocontrollo da parte dei produttori (stoccaggio, cottura, abbattimento, pulizia etc.).

Problematiche che si riscontrano spesso nei prodotti cinesi sono: scarsa qualità della materia prima (basso costo), importazione di alimenti da Paesi Terzi non autorizzati (carni e prodotti avicoli da Cina, prodotti a base di latte dall'India etc.), alimenti con etichetta non in lingua italiana, alimenti con utilizzo di additivi non consentiti dalle normative comunitarie, fattori culturali (comprensione dei principi di igiene, conoscenza della normativa, barriere linguistico-comportamentali) [10].

Analizzando i dati finora esposti, e la situazione attuale, si può affermare, in conclusione, che il consumo di prodotti etnici rappresenta una opportunità per conoscere popolazioni diverse e per l'integrazione dei popoli; l'aumento della domanda di prodotti etnici può senz'altro offrire nuove opportunità imprenditoriali in Italia, ma a questo, occorre necessariamente affiancare, in considerazione dei dati attualmente disponibili, una intensificazione dei controlli ufficiali per tale settore; sarebbe inoltre auspicabile sviluppare programmi di formazione e informazione finalizzati a educare gli operatori del settore alimentare etnico e, soprattutto, i consumatori quali parte attiva di un processo di acculturazione alimentare in continua evoluzione.

Presso la redazione sono disponibili la bibliografia, la sitografia e la tabella "Quanti sono e dove sono gli imprenditori stranieri nella ristorazione, in Italia" (Elaborazioni Fondazione Leone Moressa su dati Infocamere, 1° semestre 2010).
argomenti@sivemp.it