



Bologna, la “Foodification” ha ridisegnato la città. Ma a quale prezzo?

Sotto le Due torri, a fine 2022, sono stati censiti 1529 locali tra bar e ristoranti all’interno delle mura, uno ogni 35 abitanti. Un fenomeno “cibocentrico” che non ha solo aspetti positivi ma influisce anche sul sociale e spesso è in contrasto con la qualità dell’offerta

© Articolo di Patrick Cerqueti

L’Italia ha una tradizionale passione per il cibo, secondo alcuni una vera ossessione. Lo sa bene la città di Bologna che, dal 2014, si è fregiata a livello internazionale del titolo di **City of food**.

Il progetto di *city branding* ideato dall’**amministrazione Merola**, fu sviluppato da **Matteo Lepore** (già assessore al turismo e attuale Sindaco) e coordinato da **Roberto Grandi**. Complice il fermento intorno al cibo che, nel 2015, si respirava per l’**Expo di Milano**, il capoluogo felsineo

puntò su enogastronomia e turismo per rilanciare l'economia cittadina e promuoverne lo sviluppo futuro.

Tra le tante iniziative di varia natura legate a “**Bologna City of food**”, fu posta molta attenzione all'educazione alimentare al fine di promuovere un'alimentazione sana e consapevole anche scegliendo prodotti tipici emiliani. Proprio in questo contesto si inserì anche l'inaugurazione, nel 2017, di **FICO**, il progetto visionario di **Oscar Farinetti** che avrebbe dovuto presentare ai turisti internazionali la biodiversità agroalimentare e le eccellenze del nostro Paese. Sappiamo tutti com'è finita: dopo alterne vicende, Fico ha chiuso i battenti e riaprirà a settembre con il nome di **Grand Tour Italia** ([ne abbiamo scritto qui](#)).



Una panoramica del capoluogo emiliano.

Bologna da City of Food a Foodification

Ad **avvantaggiare il turismo enogastronomico a Bologna**, arrivarono anche il potenziamento infrastrutturale raggiunto, nel 2008, con la linea dell'alta velocità e l'accordo tra l'aeroporto Guglielmo Marconi e la compagnia aerea *low-cost* Ryanair. In città, infatti, si registrò un incremento vertiginoso di turisti: **dal 2002 al 2023 il numero è praticamente raddoppiato**, passando dai quasi 760.000 a 1.432.000 milioni di persone rilevate nel 2023.

Corrispondentemente si registrò uno sviluppo esponenziale del comparto ristorativo: secondo le rilevazioni della **Camera di Commercio**, **dal 2009 al 2018, si è verificata una crescita della ristorazione sotto le due torri del 27%, quasi il doppio della media nazionale, e del 72% per i take-away**

Nel 2022, all'interno delle mura, sono stati censiti ben 1529 locali tra bar e ristoranti su 53.152 residenti del centro: uno ogni 35 abitanti. Mentre i negozi al dettaglio arrancano e chiudono, osterie e street food spuntano come funghi all'ombra dei portici. Va anche detto che, in realtà, si tratta di un fenomeno urbano che non riguarda solo Bologna e per descrivere il quale i sociologi hanno coniato il termine "**foodification**".

Cosa vuol dire **foodification**?

Il termine *foodification* viene utilizzato per la prima volta nel 2010 dal *Brooklyn Paper* per descrivere una **nuova forma di gentrificazione**, non più legata strettamente all'arte e alla cultura o alla sostituzione dei vecchi residenti, ma piuttosto alla presenza dei "*foodie*".

La parola è l'unione di *food* e **gentrification** (il processo per cui alcune zone dimesse delle città vengono ristrutturate, rimesse a nuovo e offerte a classi sociali più elevate delle precedenti). Per le amministrazioni locali, quindi, il cibo diviene un veicolo per attrarre cittadini e turisti, al fine di riqualificare aree degradate.

Ma la **foodification** non ha solo aspetti positivi in quanto porta con sé alcune criticità analizzate da vari studi accademici, che si possono condensare in **due macro-dinamiche**. La prima è quella della **sostituzione commerciale**, per cui i vari negozi al dettaglio di quartiere vengono rimpiazzati da bar e ristoranti, impoverendo la varietà merceologica a disposizione della comunità e mutando la vivibilità di alcune zone o quartieri.

Il secondo problema è quello dell'**esclusione abitativa**. La trasformazione progressiva di case, prima date in affitto a lavoratori e universitari, in strutture ricettive extra-alberghiere (*Bed & Breakfast* e appartamenti ad uso turistico) è un tema scottante al centro di diverse proteste e che ha trovato voce in diversi articoli di giornali [usciti negli ultimi anni](#) (al riguardo, si parla anche di "**desertificazione**" per descrivere lo "svuotamento" dei centri storici in favore di locazioni brevi destinate ai turisti). Una situazione aggravata dal fatto che il settore ristorativo è spesso rappresentato da una manodopera precaria con contratti brevi e irregolari, retribuiti con paghe misere che non consentono una vita dignitosa.

Il calo degli stipendi nella ristorazione

Dati alla mano, **gli stipendi medi annui nel settore dei servizi di alloggio e di ristorazione sono scesi da 12.500 euro nel 2019 a 10.500 euro nel 2021** ([Sintesi dell'Osservatorio sull'economia e il lavoro nella città metropolitana di Bologna](#), IRES Emilia-Romagna 2023).

Da non trascurare la bassa qualità della proposta, orientata ad un **turismo "mordi e fuggi"**, spesso con prezzi esorbitanti che finiscono per penalizzare i residenti. Vedasi, in particolare, il proliferare di locali con una proposta basata su taglieri e panini con salumi e mortadella di scarsa qualità e con l'effetto di mortificare la ricca varietà gastronomica di Bologna.

Una presa di coscienza del Comune sulle conseguenze negative portate dalla politica promozionale ha visto l'introduzione nel 2019 del **Decreto Unesco**, poi prorogato fino al 2025.

Un'iniziativa nata per tutelare il patrimonio storico, culturale e artistico del centro storico attraverso il blocco di nuove aperture tra ristoranti, supermercati, compro oro e internet point. Peccato che, grazie ad alcune deroghe, siano comunque state aperte nuove attività tra cui la più emblematica è sicuramente [Starbucks](#) nella centralissima Via d'Azeglio.



Un ristorante bolognese in piena attività.

La politica alimentare sotto le due Torri

Tra gli obiettivi del [manifesto di City of food](#) c'era la promozione della sana alimentazione. La sensazione è che, a distanza di 10 anni, le ragioni educativo-culturali siano state più uno "specchietto per le allodole" e che, su di esse, abbiano prevalso finalità di natura economico-commerciale, se non speculativa.

In un momento storico in cui siamo gravati da una pesante inflazione, dovuta sia a ragioni di natura geopolitica che di carattere prettamente finanziario, tutto ricade sulle tasche dei residenti a Bologna con progressivo calo del potere d'acquisto soprattutto per le fasce più deboli.

A questo punto, ci sarebbe bisogno di un'inversione di rotta, trattando il cibo non come attrazione turistica ma come un bene comune necessario e disponibili a tutti.

La speranza è da riporre in nuove iniziative istituzionali, come per esempio la [Politica Alimentare Urbana e Metropolitana \(Paum\)](#), il cui focus è rivolto alla «*volontà di rendere accessibile a tutte le persone un'alimentazione sana, equa, sostenibile e culturalmente appropriata, promuovendo la sicurezza alimentare e la nutrizione sostenibile, nonché lo sviluppo economico e la gestione*

sostenibile delle risorse naturali».

Data di creazione

03/06/2024

Autore

redazione