

## Monumenti gastronomici. Cartografia e invenzione della cucina regionale

### *Food monuments. Cartography and invention of regional cuisine*

MARCO PETRELLA

Università del Molise; marco.petrella@unimol.it

#### Riassunto

Questo studio analizza, attraverso alcuni esempi, il ruolo giocato dalle carte figurate a tema alimentare nella costruzione delle cucine regionali. Soffermandosi su esempi dei contesti francese e italiano, il lavoro evidenzia come la cartografia possa diventare uno strumento significativo nel processo di patrimonializzazione delle produzioni locali. Se in Francia è nell'età post-rivoluzionaria che si assiste all'elevazione, a cui contribuisce la produzione cartografica, del cibo come monumento dei territori, è nell'Italia fascista che si afferma una nuova modalità di patrimonializzazione degli alimenti legata all'identità regionale e veicolata attraverso la pubblicistica turistica. Nel testo si sostiene che le carte dei territori alimentari, di particolare successo nel corso del Novecento e alla base delle contemporanee tassonomie del gusto, nascono tra '800 e '900 come risultato di nuove modalità di approcci al territorio determinati dalla scoperta e analisi delle province diventando nel tempo, in particolare attraverso il discorso turistico e la retorica dello stato nazionale, uno strumento di promozione dei territori e di affermazione di una nuova immagine della nazione.

#### Parole chiave

Cartografia alimentare, Identità, Patrimonializzazione, Regioni, Francia, Italia

#### Abstract

*This study analyses, through a few examples, the role played by food-themed figure cards in the construction of regional cuisine. Dwelling on examples from the French and Italian contexts, the work highlights how cartography can become a significant tool in the process of patrimonializing local production. If in France it is in the post-revolutionary age that we assist to the elevation of food as a monument of the territories, it is in Fascist Italy that a new way of patrimonialization of food linked to the regional identity and conveyed through the tourist publicity is affirmed. The text argues that the maps of food territories, particularly successful during the 20th century and at the basis of contemporary taxonomies of taste, were born between the 19th and 20th century as a result of new ways of approaching the territory determined by the discovery and analysis of the provinces. These maps become over time, in particular through the tourist discourse and the rhetoric of the national state, an instrument for the promotion of the territories and the affirmation of a new image of the nation.*

#### Keywords

*Food Maps, Identity, Patrimonialization, Regions, France, Italy*

## 1. Introduzione

Lo studio delle immagini territoriali veicolate attraverso le *popular cartographies* (Cosgrove, 2005; Schulten, 2001) a tematismo gastronomico, appare oggi di stringente attualità. Non solo per una sorta di *culinary turn* (van der Meulen e Wiesen, 2017) che va imponendosi negli studi contemporanei ma soprattutto per via della pervasività che alcune idee e rappresentazioni dei territori gastronomici stratificatesi nel tempo hanno nel presente (Bindi, 2007; Bressannini, 2013, Parasecoli, 2019). Le categorie del tipico, del locale, del tradizionale, del prodotto regionale, per fermarsi ad alcune delle possibili esemplificazioni, sono tra quelle ampiamente utilizzate nelle iconografie del marketing contemporaneo. L'alimentazione "geografica" è nel tempo presente uno dei più importanti punti di ancoraggio identitari per l'orientamento del consumatore (Fumey, 2010). Ciò ha portato recentemente a parlare di una ricerca spasmodica di tipicità che avrebbe condotto all'invenzione di scenari idilliaci e di immagini stereotipate relative a un generico passato che poco hanno a che fare con la realtà storica (Grandi, 2018). Spesso è stata enfatizzata, infatti, la natura costruita di immagini territoriali che il più delle volte non trovano legittimazione in una riflessione etnografica e antropologica (Magagnoli, 2018; Miele e Murdoch, 2002; Teti, 1999). In questa prospettiva la categoria delle cucine regionali, elemento alla base della tassonomia della tradizione enogastronomica sono state oggetto negli ultimi decenni di una analisi tendente a rivelarne la natura di costruzione sociale nel processo di invenzione della tradizione (Hobsbawm e Ranger, 2002; Tellstrom e Gustafsson, 2006; Thiesse, 1999).

Secondo l'antropologo Vito Teti quella delle "cucine regionali" è una costruzione "postmoderna" nella quale confluiscono elementi disparati, frammentari, disomogenei provenienti da diversi territori: "Alimenti o piatti che oggi vengono inseriti, attraverso un fenomeno di dilatazione ed estensione della "cucina locale" in non sempre ben definite cucine regionali hanno avuto nel passato elaborazione, specializzazione e diffusione quasi esclusivamente locali (Teti, 1999). Lo studioso porta come esempio la cipolla di Tropea, oggi icona della Calabria, che fino agli anni '50 era espressione di un ter-

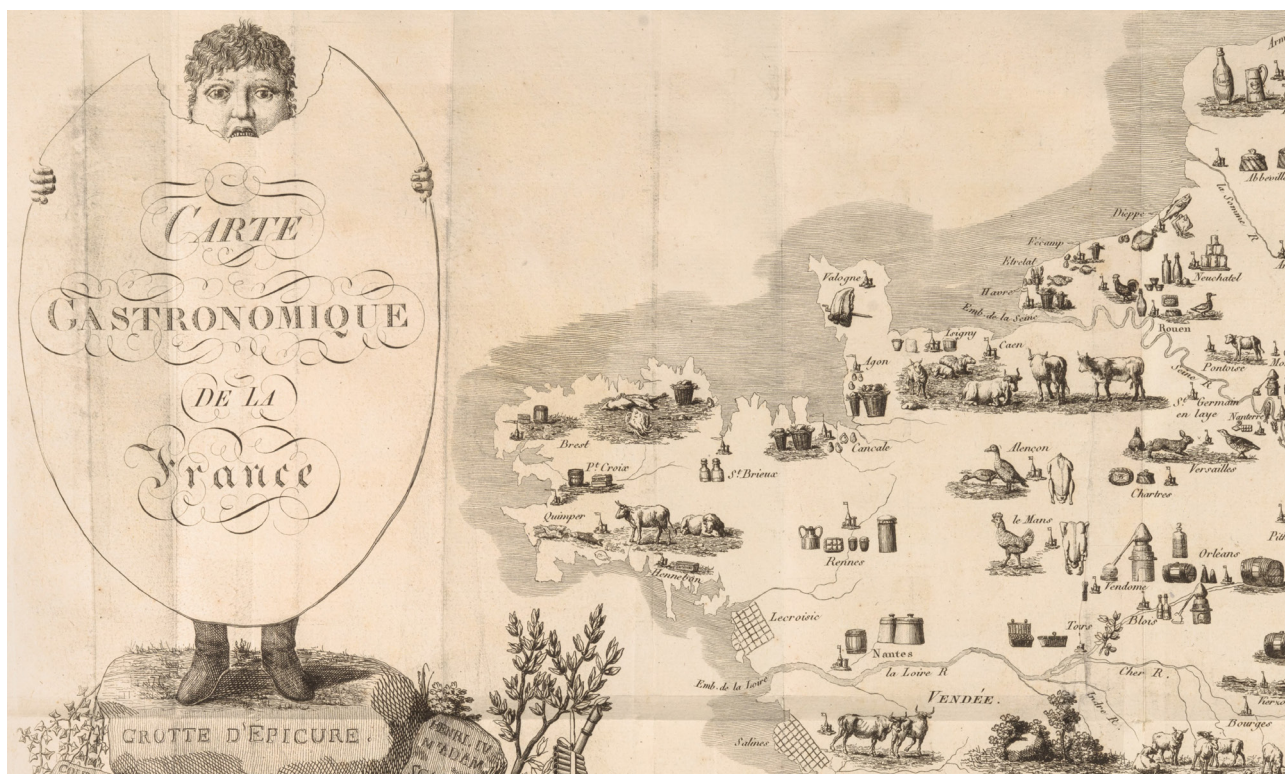
ritorio ben delimitato. Se la cucina regionale ha trovato un terreno fecondo negli ultimi decenni, la sua nascita sembra essere anteriore. Secondo lo storico Alberto Capatti essa emerge in Italia negli anni successivi all'Unità del paese, stimolata dalla costituzione, con lo sviluppo dei trasporti, specie ferroviari, di una rete di conoscenza delle abitudini alimentari del territorio (Capatti, 1996). Più antica apparirebbe la diffusione della cucina regionale in Francia. Per la storica Julia Csergo una prima strutturazione della cucina regionale d'oltralpe si delinea a partire dal modello territoriale imposto dalla Rivoluzione, ovvero la divisione del paese in dipartimenti. Epurata nelle radici storiche, segnata dall'eliminazione dei nomi delle antiche province, la tradizione provinciale rinasce dapprima nelle statistiche e negli inventari dipartimentali, successivamente attraverso le specialità e le cucine tipiche. Sarebbero proprio queste ultime ad assicurare la trasmissione di tratti culturali legati alla tradizione locale (Csergo, 1997).

Questo studio focalizza l'attenzione sul ruolo di alcune geo-iconografie nel processo di diffusione di immagini territoriali alla base della definizione delle cucine regionali. Partendo dalla cognizione dell'importanza della cartografia nei processi di ri-territorializzazione, anche per la sua capacità riflessiva (Casti, 2015; Corner, 1999; Crampton, 2003; Farinelli, 2003; Pickles, 2004), l'analisi ha l'obiettivo di interpretare il ruolo di alcune pratiche cartografiche nella creazione e veicolazione di identità culturali legate al cibo. Si delinea in questo modo un primo percorso costruttivo della contemporanea, stereotipata immagine dei territori gastronomici.

## 2. L'archetipo. Il modello francese di Cadet de Gassicourt

« [...] Voilà la carte de la France, ou j'ai placé les mets dans le lieu de leur naissance: vous ne trouverez ici aucune des villes grandes ou petites qui ne produisent pas des alimens recherchés ; mais j'y ai placé avec honneur de modestes villages quand ils se sont fait un nom par leurs productions gastronomiques. [...] » (Cadet de Gassicourt, 1809, p. 300).

Con queste parole Charles-Louis Cadet de Gassicourt nel 1808 introduceva la documentazione geografica alle-

FIGURA 1 – Particolare della *Carte gastronomique de la France* pubblicata nel *Cours gastronomique* di Charles-Louis Cadet de Gassicourt

Fonte: <http://gallica.bnf.fr>

gata al suo *Cours Gastronomique*. Realizzata da un farmacista precedentemente attivo alla corte di Luigi XV (Julien, 1986), l'opera appare densa di storie, aneddoti, dialoghi ispirati a una filosofia epicurea. Elaborato con intento didascalico, il testo è concepito, nel solco della tradizione letteraria *gourmande*, con l'obiettivo di permettere alla nuova borghesia "di conoscere la nazione attraverso una pedagogia della produzione e delle risorse locali" (Csergo, 1997). In questo senso il capitolo intitolato "*Sachons un peu de géographie*" acquisisce significato per l'importanza conferita alla geografia delle produzioni locali quale strumento educativo per la conoscenza del paese. La casa in cui si svolge l'azione è una *wunderkammer* di eccezionale finezza in cui compare, tra l'altro, una ricchissima biblioteca con volumi sulle tradizioni alimentari dei territori della Francia. Libri e meraviglie sono accomunati da uno scopo: educare alla storia, alle scienze naturali, alla cognizio-

ne del territorio francese attraverso le produzioni locali. La "*Carte gastronomique de la France*" (Figura 1) allegata nella pagina d'apertura, realizzata dall'incisore parigino Jean-François Tourcaty, è difatti definita un *atlas gourmand*<sup>1</sup>. La rappresentazione costituisce una sorta di censimento della Francia gastronomica che prende forma grazie alle specialità delle province, a cui è conferito il ruolo di plasmare simbolicamente un organismo nazionale. La natura della carta appare esplicita anche nella descrizione che compare nell'*Almanach des Gourmands* del 1807: anitre, pernici, barattoli di mostarda posizionati al posto di cattedrali, monumenti,

<sup>1</sup> Il cartiglio del titolo propone un rovesciamento simbolico che salta immediatamente all'occhio. Raffigura un giovane contadino che mangia una grandissima ostia. L'immagine ricalca e ribalta l'icona classica del corpo di Cristo che regge il mondo. L'ostia rappresenta didascalicamente la Francia, un paese da conoscere e incorporare, attraverso il cibo prodotto dalle sue membra.

opere d'arte. Il cibo diventa monumento della Nazione, meraviglia, icona del territorio, strumento per approfondire la geografia del paese. La carta rispondeva in questo senso a un'esigenza, avvertita in una fase di trasformazione economica e politica, di costruzione di un volto del paese basato sul coinvolgimento delle province e sulle tradizioni locali (Ory, 1998). Qualche decennio più tardi, parallelamente alla comparsa delle prime guide turistiche per i francesi, in un periodo in cui il miglioramento ferroviario darà impulso allo sviluppo del viaggio di piacere, l'esperienza di questi anni costituirà un bagaglio di esperienze importante per la codifica dei nuovi approcci conoscitivi al paese. Nella produzione editoriale per i turisti, infatti, l'innalzamento del cibo a monumento del luogo, nonché la celebrazione dei territori gastronomici appariranno in Francia e più in generale in Europa ampiamente accettati e diffusi (Csergo, 2006; Csergo, 2011; Morlier, 2011).

### 3. Da sfondo a soggetto. Culture e cartografie dell'alimentazione in Italia tra Ottocento e Novecento

Se la Francia conosce, nei primi anni dell'Ottocento una fase di elaborazione e sviluppo di un pensiero e di una letteratura *gourmande* legata a circoli culturali epicurei (Ory, 1998; Pírjol, 2012), il contesto degli stati italiani, al pari di altri in Europa, non appare connotarsi per una immagine gastronomica legata alle specialità regionali. La storia dell'alimentazione in Italia è caratterizzata da ricettari che fin dal medioevo fanno riferimento alle cucine locali (Montanari, 1997): una cucina regionale era presente, spesso contraddistinta da una sovrapposizione di modalità di diversa origine sociale (borghese, contadina, marinara), con preparazioni talvolta francesizzanti o esotiche, con contaminazioni arabe, ebraiche, spagnole, mitteleuropee. A mancare era tuttavia la consapevolezza di un quadro d'unione della cucina dei territori italiani. Questo si comporrà solo negli anni successivi all'unificazione nazionale (Meldini, 1997).

Una profonda e ampia riflessione sulla varietà e qualità delle produzioni dei territori dell'Italia, frutto dello sviluppo delle scienze statistiche anche prima dell'unificazione nazionale, tuttavia non mancava. La "Carta

dei prodotti alimentari delle Province Continentali del Regno delle due Sicilie" realizzata nel 1856 da Benedetto Marzolla nell'ambito della produzione del Reale Ufficio Topografico di Napoli e a cura del Real Ministero di Stato dell'Interno (Figura 2) in questo senso è icastica della vivace discussione e azione riformatrice che prende piede nel Regno di Napoli a partire dagli ultimi anni del '700<sup>2</sup>. Della carta sono state messe in evidenza l'unicità compositiva, la rilevanza come documento tematico (Valerio, 1998) e la qualità delle informazioni contenute, che si sarebbero avvalse di accurate rilevazioni, frutto dell'esperienza di Benedetto Marzolla nella redazione degli atlanti del Regno (Manzi, 2007). Il fatto che essa sia stata disegnata anche su seta (Conti, 2008), amplifica inoltre il suo valore simbolico di rappresentazione della magnificenza di una articolazione statale. Nella carta compaiono, insieme all'articolazione amministrativa del Regno, i centri di maggiore rilievo, le strade di collegamento più importanti. I tematismi agro-alimentari sono contenuti in una legenda nella quale sono riportati cinquantuno tra prodotti agricoli (varie tipologie di cereali, ortaggi, frutta, ecc.), dell'allevamento, della caccia e della pesca (tra questi anche l'uccellame, pesce di fiume e di mare. ecc.) e prodotti trasformati (vini, olii, ma anche liquori, salumi, ecc.). La carta di Marzolla in questo contesto interessa come testimonianza di una focalizzazione scientifica, diffusa a partire dal primo '800, per le produzioni dei territori del regno, ma anche come esempio di una rappresentazione di prestigio dello stato che lega, in linea con lo spirito riformatore, la propria immagine alle produzioni alimentari.

Quella di trasformare cibo e territori da mere risorse a monumenti simbolici del regno è un'esigenza, estranea alla carta di Marzolla. Questa tendenza si sviluppa in Italia nel momento in cui, creato lo stato nazionale, occorre definire una identità che si plasmi anche attraverso il ritratto alimentare: una topografia *gourmande* è in costruzione ancora negli anni '30 del Novecento (Campanini, 2011). Già a partire dagli anni successivi alla Prima Guerra Mondiale, tuttavia, di pari passo con

2 In questo senso, per le condizioni del Mezzogiorno, con riferimento alle produzioni alimentari, significative, tra le altre, appaiono le indagini condotte da Giovanni Maria Galanti, Francesco Longano, Giuseppe del Re e alcune sistematizzazioni geografico-statistiche quali quelle di Lorenzo Giustiniani e Francesco Sacco.



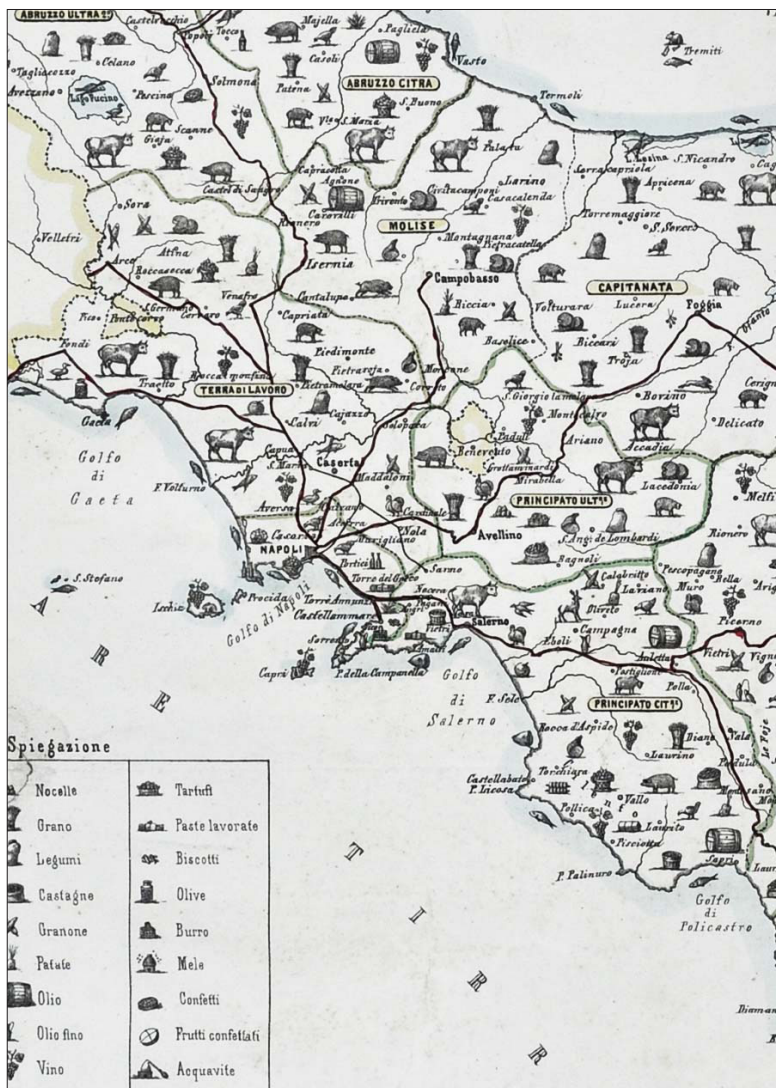


FIGURA 2

Particolare della "Carta dei prodotti alimentari delle Province Continentali del Regno delle due Sicilie" realizzata nel 1856 da Benedetto Marzolla nell'ambito della produzione del Reale Ufficio Topografico di Napoli e a cura del Real Ministero di Stato dell'Interno

FONTE: [www.cibocampania.it](http://www.cibocampania.it)

lo sviluppo del turismo, si registra un interesse per la produzione di immagini dei territori diffuse attraverso brochure, cartoline, manifesti (Berrino, 2011). Le nuove configurazioni politiche, la concorrenza tra gli stati e i nuovi modelli di consumo diventano fattori propizi per la diffusione di immagini dei territori che consentono un inedito emergere di tradizioni, risorse, destinazioni, anche meno note (Berrino e Petrella, 2019). Nell'Italia fascista degli anni '30, dunque, si collocano alcune iniziative destinate a lasciare i segni nella nascita di una concezione culturale del cibo che diventa,

al pari di altre espressioni locali, monumento e iconoma del territorio. A porre le basi di questa nuova configurazione sono una serie di azioni di promozione turistica e gastronomica. La prima, elaborata a Milano in seno al Touring Club Italiano, è la «Guida Gastronomica d'Italia» del 1931 (Portincasa, 2008). La seconda è un dépliant realizzato dall'Enit, *L'Italie gastronomique* in cui, accanto ad un testo descrittivo in francese compare una *Carte des principales spécialités gastronomiques des régions italiennes* (Figura 3). Con esso l'Ente si rende protagonista di un documento pensato



FIGURA 3  
Dépliant «L'Italie gastronomique»



FONTE: Biblioteca internazionale La Vigna, Vicenza

per veicolare all'estero l'identità alimentare dell'Italia attraverso l'icona delle cucine regionali. A realizzare la carta è una tra le firme di maggiore esperienza della rivista *Le vie d'Italia*, organo della propaganda Touring Club ed Enit, il pittore romagnolo Umberto Zimelli (Morsia, 2016).

#### 4. Costruzione e patrimonializzazione delle cucine regionali: *L'Italie Gastronomique*

*L'Italie gastronomique* si impone all'attenzione come un documento di celebrazione dell'immagine dell'Italia più che come una guida turistica e alimentare del paese (Petrella, 2019). Tra motti edonistici in latino e stereotipi dell'italianità il documento celebra una mescolanza di tradizione locale, folklore e cultura classica che costituisce la premessa culturale di un efficace messaggio di propaganda per una grande Italia.

La carta mostra un mosaico inedito di monumenti gastronomici che restituiscono una peculiare immagine del paese. Gli alimenti, estrapolati dalla guida gastronomica del Touring Club, appartengono al mondo delle produzioni, industriali e artigianali, dell'agricoltura e dell'allevamento, delle preparazioni, del settore vinicolo. L'Italia è il paese delle delizie di ogni sorta: nel piccolo documento compaiono oltre novanta risorse distribuite sul territorio. Le icone scelte rendono un quadro del paese piuttosto eterogeneo. Nelle regioni del nord, in Emilia e in parte negli Abruzzi prevalgono le produzioni industriali (salumi, formaggi, industria dolciaria), nel centro e nel sud spiccano le preparazioni culinarie (numerose varietà di pasta, minestre, carne e pesce); le produzioni carnee sono più sviluppate al centro-nord, il pesce appare anche nell'entroterra, a testimonianza dell'impulso dato in età fascista allo sviluppo della pesca nelle acque interne. A sud prevalgono i buoni piatti (pizza, pasta, cannoli siciliani), la selvaggina, ma soprattutto i ricchissimi prodotti della terra. Si presenta un meridione incontaminato e rigogliosa terra vergine in cui i consumi alimentari sono costituiti in prevalenza da carboidrati, frutta e verdura. Una condizione reale, quella descritta, che trasforma la stentatezza e scarsità alimentare, conseguenza del generale impoverimento che si registra nella dieta italiana del tempo (De Bernar-

di, 2015; Zamagni, 1990), in un mito alimentare ideale ispirato alla dieta vegetariana, una delle tante narrazioni del regime (Heltosky, 2004).

Il documento è un'esaltazione dell'Italia dei territori. In particolare, la stereotipia alimentare è associata ad articolazioni territoriali che pur non facendo ancora parte del quadro istituzionale, tendono ad assumere un carattere identitario: le regioni. In questo senso la carta crea, come spesso accade nella pubblicistica di regime, una soluzione di continuità tra grande e piccola patria (Cavazza, 1997), collegando, ai fini di un rafforzamento reciproco, il mondo dei rapporti di prosimità ad un contesto simbolico più dilatato, quello dello stato nazionale. La carta si caratterizza per una certa disomogeneità nell'identificazione delle unità territoriali. Compaiono in maniera più estesa le descrizioni di alcune regioni (Liguria, Piemonte, Lombardia, Venezia, Emilia, Toscana, Lazio, Abruzzi, Campania, Sicilia) A queste se ne aggiungono altre in una struttura che ricalca in buona sostanza i compartimenti statistici dell'ISTAT (Gambi, 1963; Galluccio, 2011), con alcune particolarità. Compaiono unite le Tre Venezie come nella guida gastronomica del Touring, è annoverata tra le regioni la Romagna; il Lazio e la Campania sono sostituite dalle città di Roma e Napoli (sebbene ricompaiono come regioni nella sezione cartografica), sono omessi il Molise e l'Umbria (quest'ultima tuttavia è riabilitata nella carta). Da contenitori di prodotti quali erano, le regioni diventano le protagoniste della rappresentazione, entità organiche alle quali è affidata una specifica funzione, per il benessere dell'intero Stivale. In questo senso, i geo-simboli enogastronomici di alcune di esse contenuti nella sezione testuale amplificano la monumentalizzazione della cucina regionale e costruiscono stereotipi alimentari, in linea con la propaganda del tempo. La realizzazione due anni più tardi, nel 1934, da parte dello stesso Zimelli, con la collaborazione di Emma Calderini, della brochure pubblicata dall'ENIT *Italian costumes*, elaborata nello stesso formato e sul modello de *L'Italie gastronomique*, testimonia un ulteriore passo nel processo di personificazione delle regioni etnografiche di cui *L'Italie gastronomique* sembra diventare un modello per un discorso cartografico che si mantiene ancora oggi nei percorsi di patrimonializzazione della tradizione



(Bienassis, 2011)<sup>3</sup>. Nessuna tipologia di cibo, inclusi quelli di origine “esotica”, avanza per costruire l'Italia secondo una metafora organicistica: la ricchezza del Bel Paese, la sua attrattività consiste proprio nella diversità delle sue tante, piccole membra. In un periodo immediatamente successivo alla crisi del 1929, anticipata per vari aspetti dalla rivalutazione della lira, in un'Italia che difficilmente trovava un varco per proiettarsi in un mercato internazionale, il fascismo rispondeva alle difficoltà economiche attraverso un'immagine proposta all'esterno, che non ricalcava la reale condizione dei territori. In un periodo caratterizzato da una situazione economica di stagnazione, da un deterioramento degli standard alimentari del paese (De Bernardi, 2015), gli squilibri territoriali sono annullati sulla carta, fino a diventare risorsa, ricchezza costruita di un'Italia gastronomica in cui, peraltro, non si registravano le condizioni per lo sviluppo di una industria turistica concorrenziale con gli altri paesi d'Europa (Berrino, 2011).

## 5. Conclusioni

Questo lavoro è stato sviluppato nel tentativo di analizzare alcune carte figurate a tema alimentare nel loro ruolo di veicolazione di un'immagine oggi acriticamente accettata nella comunicazione e nel marketing, quella delle cucine regionali. Partendo dall'assunto secondo cui quella delle “cucine regionali” è una costruzione nella quale confluiscono elementi disparati,

<sup>3</sup> Appare inoltre la valorizzazione di alcune particolarità, tra cui il parrozzo, di recente produzione, celebrato dallo stesso Gabriele D'Annunzio, come simbolo dell'Abruzzo e la luganega. Il termine nel nord-est italiano indica alcune tipologie di salsiccia, più volte citato nella guida del 1931 come un prodotto tipico delle Tre Venezie; qui compare, con il nome di lucanica, come prodotto lucano. Si tratta probabilmente di un tentativo, inedito a quanto ci risulta nella pubblicistica turistica del tempo, di mettere in luce l'origine lucana del prodotto, secondo l'attribuzione in età classica di Varrone (Finzi, 2014). Interessanti appaiono a questo livello alcune tipicità in evidenza: i vini sono raggruppati insieme, territorio per territorio, diventando l'emblema della ricchezza regionale; prodotti come la mortadella, il prosciutto, il panettone iconizzano l'identità regionale del nord. Peculiare, e in parte sorprendente, infine, è l'inserimento tra i simboli del Lazio dei carciofi alla giudia, celebrati in una rima che compare nella Guida gastronomica (Touring Club, 1931, pp. 322-323).

frammentari, disomogenei provenienti da diversi territori, sono state ripercorse, attraverso il ricorso a fonti dei contesti francese e italiano, alcune fasi dell'evoluzione di un *topos* la cui storia, per quanto attiene alle rappresentazioni cartografiche, risulta ancora da approfondire. Si tratta delle prime mosse di un percorso volto all'analisi di pratiche di *popular cartographies* di ambito alimentare, con particolare riferimento ad aspetti socio-politici e culturali che implicano la costruzione di immagini dei territori.

Le carte figurate dell'alimentazione, spesso tralasciate nel dibattito scientifico contemporaneo, sono eterogenee per committenza, modalità rappresentative, scopi e contesti di produzione. Il loro sviluppo sembra tuttavia generalmente andare di pari passo con l'emergere di nuove possibilità di conoscere il territorio e di esplorarlo attraverso comunicazioni e trasporti più efficienti. La loro nascita in Francia nel corso del primo '800 sembra essere il frutto inoltre di un nuovo punto di vista del viaggiatore che, plasmato da una sensibilità romantica, scopre il mondo rurale e la “sana rusticità” della campagna, esaltandola a tal punto da farla diventare monumento dei territori. In un momento in cui la scoperta dei caratteri originali incrocia la riflessione intellettuale, lo spazio locale diventa oggetto di conoscenza e di memoria. Il contributo della letteratura gastronomica, strumento educativo di una Francia post-rivoluzionaria caratterizzata da una nuova borghesia bisognosa di modelli culturali ed educativi, in questo senso appare decisivo. Importante è parimenti la riflessione critica sul territorio che, avviata in età illuministica, si sviluppa a partire dagli ultimi anni del '700 anche in Italia. La carta delle produzioni del Regno di Napoli di Benedetto Marzolla esemplifica l'avvertita necessità di riflessione e indagine sugli aspetti produttivi del Regno generando una prima, prestigiosa iconografia delle vocazioni produttive dell'Italia meridionale.

A partire dal primo Novecento, l'importanza che va acquisendo in Italia l'industria culturale e turistica determina lo sviluppo di carte per i viaggiatori disegnate per promuovere i territori della nazione. In età fascista in particolare, la necessità di una propaganda turistica e la volontà di diffondere il progetto politico del Regime comportano una forte produzione, specie da parte delle istituzioni pubbliche, di materiale geo-iconografico



all'interno di brochure e dépliant turistici. *L'Italie gastronomique* è frutto di questo bisogno, che si accompagna ad una esigenza di semplificazione e standardizzazione delle forme rappresentative. La carta rientra in un più ampio progetto di ridisegno di un volto della nazione bisognoso di conciliare istanze locali e globali,

di elaborare immagini forti e chiare, argutamente concepite da Umberto Zimelli. Come accaduto per molte rappresentazioni fasciste in popular cartography, il modello permane ben oltre l'Italia del Dopoguerra, seppure connotato da nuove valenze legate al turismo di massa, al marketing dei territori e dei prodotti agroalimentari.

## Bibliografia

- Berrino A. (2011), *Storia del turismo in Italia*, Il Mulino, Bologna.
- Berrino A., Petrella M. (2019), "Rappresentazioni di territori in popular cartography in Italia tra gli anni '30 e '50 e l'intervento pubblico nel turismo", *Eikonocity. Storia e Iconografia delle Città e dei Siti Europei*, Vol. 4, n. 1, pp. 59-77.
- Bienassis L. (2011), "Quelle carte pour quel territoire ? Impossible et nécessaires: les inventaires du patrimoine alimentaire", *Food and History*, Vol. 9, n. 2, pp. 127-152.
- Bindi L. (2007), "Cibo via cavo. Tradizioni enogastronomiche e produzione mediatica della località", in: Di Rienzo E. (a cura di), *Cibo e alimentazione. Tradizioni, simboli, saperi. Atti del X Congresso AISEA*, Roma, 2006, [https://digilander.libero.it/aisea/atti\\_2006/ATTI%20X%20CONGRESSO%20AISEA.pdf#page=19](https://digilander.libero.it/aisea/atti_2006/ATTI%20X%20CONGRESSO%20AISEA.pdf#page=19)
- Bressannini D. (2013), *Le bugie nel carrello: Per una spesa più consapevole. Le leggende e i trucchi del marketing sul cibo che compriamo*, Chiarelettere, Milano.
- Cadet de Gassicourt, C.L. (1809), *Cours gastronomique, ou Les diners de Manant-Ville, Ouvrage Anecdotique, Philosophique et Littéraire*, Seconde édition, Imprimerie de Brasseur, Parigi.
- Campanini A. (2011), "De l'hymne au territoire à l'apologie des terroirs. Une brève histoire des inventaires culinaires italiens depuis l'Unification (1861)", *Food and History*, Vol. 9, n. 2, pp. 153-172.
- Camporesi P. (1995), "Introduzione", in: Artusi P., *La Scienza in cucina e l'Arte di mangiar bene*, Einaudi, Torino.
- Capatti A. (1993), "Lingua, regioni, gastronomia dall'Unità alla II guerra mondiale", in: Capatti A., De Bernardi A., Varni A. (a cura di), *Storia d'Italia. Annali 13. L'Alimentazione*, Einaudi, Torino, pp. 753-802.
- Capatti A. (1996), "L'eredità di Artusi e le cucine regionali", in: Teti V. (a cura di), *Mangiare meridiano. Le culture alimentari in Calabria*, Abramo Editore, Catanzaro, pp. 207-223.
- Capatti A. (2003), "Il Buon Paese", in AA.VV., *Introduzione alla Guida Gastronomica d'Italia 1931. Copia anastatica*, Touring Editore, Milano.
- Capatti A., L. (2011), "L'Italie ou la cohérence de l'effritement", in: Campanini A., Schollers P., Williot J.-P. (a cura di), *Manger en Europe: Patrimoine, échanges, identités*, Peter Lang, Bruxelles, New York, pp. 221-237
- Casti E. (2015), *Reflexive cartography: a new perspective on mapping*, Elsevier, Amsterdam.
- Cavazza S., (1997), *Piccole patrie. Feste popolari tra regione e nazione durante il fascismo*, Il Mulino, Bologna.
- Conti S. (2008), "L'agroalimentare nel Regno delle Due Sicilie in una carta di Benedetto Marzolla", in: Castiello N. (a cura di), *Scritti in onore di Carmelo Formica*, Università degli Studi di Napoli Federico II, Dipartimento di Analisi dei Processi ELPT, Sezione Scienze Geografiche, Napoli, pp. 249-258.
- Corner J. (1999), *The agency of mapping: speculation, critique and invention*, in: Cosgrove D. (a cura di) *Mappings*, Reaktion Books, London.
- Cosgrove D. (2005), "Maps, mapping, modernity: Art and cartography in the twentieth century", *Imago Mundi*, Vol. 57, n. 1, pp. 35-54.
- Crampton, J. (2003), *The Political Mapping of Cyberspace*, Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Csergo J. (1997), "L'emergere delle cucine regionali: La Francia", in: Flandrin J.-L., Montanari M (a cura di), *Storia dell'alimentazione*, Laterza, Roma-Bari, pp. 643-657.
- Csergo J. (2006), "Quelques jalons pour une histoire du tourisme et de la gastronomie en France", *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, Vol. 25, n. 1, pp. 5-9.
- Csergo J. (2011), "La gastronomie dans les guides de voyage: de la richesse industrielle au patrimoine culturel, France XIXe-début XXe siècle ", *Situ. Revue des patrimoines*, Vol. 15, <https://journals.openedition.org/insitu/524>.

- De Bernardi A. (2015), "I consumi alimentari in Italia: uno specchio del cambiamento", in: *L'Italia e le sue regioni*, Istituto della Enciclopedia italiana fondata da Giovanni Treccani, Roma, [http://www.treccani.it/enciclopedia/i-consumi-alimentari-in-italia-uno-specchio-del-cambiamento\\_%28L%27Italia-e-le-sue-Regioni%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/i-consumi-alimentari-in-italia-uno-specchio-del-cambiamento_%28L%27Italia-e-le-sue-Regioni%29/).
- Farinelli F. (2003), *Geografia. Un'introduzione ai modelli del mondo*, Einaudi, Torino.
- Finzi R. (2014), *L'onesto porco: storia di una diffamazione*, Bompiani, Milano.
- Fischler C. (1992), *L'onnivoro. Il piacere di mangiare nella storia e nella scienza*, Mondadori, Milano.
- Fumey G. (2010), *Manger local, manger global: l'alimentation géographique*, CNRS Éditions, Paris.
- Galluccio F. (2011), "Una o divisibile? La questione regionale e il nodo del federalismo in Italia", *Semestrale di Studi e Ricerche di Geografia*, Vol. 23, n. 2, pp. 71-93.
- Galluccio F., Sturani M.L. (2008), "L'«equivoco» della geografia amministrativa: ripensare le dinamiche del «découpage» a partire da Lucio Gambi", *Quaderni storici*, Vol. 43, n. 127 (1), pp. 155-176.
- Gambi L. (1963), *L'equivoco fra compartimenti statistici e regioni costituzionali*, Fratelli Lega, Faenza.
- Grandi A. (2018), *Denominazione di origine inventata. Le bugie del marketing sui prodotti tipici italiani*, Mondadori, Milano.
- Grimod de la Reynière A. B. L. (1807), *Almanach des Gourmands. Cinquième année*, Maradan, Paris.
- Heltosky C.F. (2004), *Garlic and Oil: Food and Politics in Italy*, Berg, Oxford/New York.
- Hobsbawm E.J., Ranger T. (2002, a cura di), *L'invenzione della tradizione*, Einaudi, Torino.
- Julien P. (1986), "Charles-Louis Cadet de Gassicourt au Cercle Benelux", *Revue d'histoire de la pharmacie*, 271, pp. 286-289.
- Kitchin R., Dodge M. (2007), "Rethinking maps", *Progress in Human Geography*, Vol. 31, n. 3, pp. 331-344.
- Magagnoli S. (2018), "Eating tradition: Typical products, distinction and the myth of memory", *Global Environment*, Vol. 11, n. 1, pp. 154-172.
- Manzi E. (2007), "Benedetto Marzolla (1801-1858), la Commissione di Statistica generale del Ministero dell'Interno delle Due Sicilie e il Catasto", *L'Universo*, Vol. 87, n. 1, pp. 287-315.
- Meldini P. (1997), *L'emergere delle cucine regionali: L'Italia*, in: Flandrin J.-L., Montanari M. (a cura di), *Storia dell'alimentazione*, Editori Laterza, Roma-Bari, pp. 658-664.
- Miele M., Murdoch J. (2002), "The practical aesthetics of traditional cuisines: slow food in Tuscany", *Sociologia ruralis*, Vol. 42, n. 4, pp. 312-328.
- Montanari M. (1997), *La fame e l'abbondanza. Storia dell'alimentazione in Europa*, Laterza, Roma-Bari.
- Montanari M. (2013), *L'identità Italiana in cucina*, Laterza, Roma-Bari.
- Morlier H. (2011), "Les Guides Joanne: invention d'une collection, *Situ. Revue des patrimoines*, Vol. 15, <https://journals.openedition.org/insitu/524>.
- Morsia D. (2016), "Una regione da copertina. Manifesti, fiere e prodotti nell'Emilia Romagna degli anni Venti e Trenta", *E-Review*, 4, <http://dx.doi.org/10.12977/ereview112>
- Ory P. (1998), *Le discours gastronomique français*, Gallimard, Paris.
- Parasecoli F. (2019), *Eating Power: Food, Culture, and Politics*, in: Marttila T. (a cura di), *Discourse, Culture and Organization*, Palgrave Macmillan, Cham, 2019 pp. 129-153.
- Petrella M. (2019), "La tavola delle prelibatezze. L'Italie gastronomique nella costruzione culturale e turistica del volto della nazione", *L'Universo*, Vol. 100, n. 1, pp. 124-138.
- Pickles J. (2004), *History of Spaces: Cartographic Reason, Mapping and the Geo-Coded World*, London, Routledge.
- Pirjol F.-E. (2012), "La « gastrolittérature » comme discours identitaire de la modernité. Deux exemples", *Comunicare Interculturală și Literatură*, 1, pp. 72-88, <https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=614652>.
- Pitte J.-R. (1991), *Gastronomie française: histoire et géographie d'une passion*, Fayard, Paris.
- Portincasa A. (2008), "Il Touring Club Italiano e la Guida Gastronomica d'Italia. Creazione, circolazione del modello e tracce della sua evoluzione (1931-1984)", *Food and History*, Vol. 6, n. 1, pp. 83-116.
- Schulten S. (1998), "Richard Edes Harrison and the challenge to American cartography", *Imago Mundi*, Vol. 50, n. 1, pp. 174-188.
- Tellstrom R.; Gustaffson, I., Mossberg L. (2006), "Consuming heritage: The use of local food culture in branding", *Place Branding*, Vol. 2, n. 2, pp. 130-143.
- Teti V. (1998), *Le culture alimentari del Mezzogiorno continentale in età contemporanea*, in: Capatti A., De Bernardi A., Varni A. (a cura di), *Storia d'Italia. Annali 13. L'Alimentazione*, Einaudi, Torino, 2003, pp. 65-169.
- Teti V. (1999), *Il colore del cibo. Geografia, mito e realtà dell'alimentazione mediterranea*, Meltemi, Roma.
- Thiesse A.M. (1999), *La création des identités nationales: Europe XVIII.-XX. Siècle*, Éditions du Seuil, Paris.
- Touring Club Italiano (1931), *Guida gastronomica d'Italia*, Touring Club Italiano, Milano, Touring Club Italiano, 1ª edizione.
- Valerio V. (1998), *Benedetto Marzolla nell'Ufficio Topografico di Napoli*, in: *Benedetto Marzolla disegnatore e cartografo brindisino*, *Atti del Convegno 'Settimana della cartografia'*, Liceo classico Benedetto Marzolla, Brindisi, 5-10 maggio 1997, pp. 21-32.
- Valerio V., Valenti P. (2008), *Benedetto Marzolla: brindisino, geografo e*



*cartografo dell'800 europeo: Brindisi, Palazzo Granafei/Nervegna, 12 dicembre 2008-28 febbraio 2009, Barbieri Selvaggi, Manduria.*

van der Meulen N., Wiesen J (2017), *Culinary Turn. Aesthetic Practice of Cookery*, Transcript-Verlag, Bielefeld.

Zamagni V. (1990), *Dalla periferia al centro. La seconda rinascita economica dell'Italia (1861-1990)*, Il Mulino, Bologna.