

Il Buco Nero del Futuro della Ristorazione:

GiGi Rana

C'era una volta la ristorazione.

Quella vera.

Quella fatta di mani callose, di albe passate a mondare verdure, di madri e padri che insegnavano il gusto prima ancora della tecnica. Era una cucina di verità, che non conosceva riflettori ma viveva di sguardi complici tra sala e cucina, di silenzi eloquenti, di piatti puliti senza bisogno di parole.

Poi, qualcosa si è spezzato.

Negli ultimi vent'anni, la ristorazione è entrata in un vortice: quello dell'immagine. Della spettacolarizzazione. Dell'immediato. Come un piatto che, servito crudo, si finge evoluto ma in realtà non ha ancora compiuto la propria metamorfosi.

La televisione ha acceso le luci, e con esse le illusioni. I grandi chef sono diventati divinità pop, costretti a vestire ruoli più da attori che da artigiani. Le cucine, un tempo fucine di rigore e dedizione, sono state trasformate in palcoscenici. Ogni gesto, ogni parola, ogni piatto ha smesso di parlare al palato e ha cominciato a parlare alla camera. Il cucinare è diventato performance, il servizio spettacolo, la formazione un tutorial su YouTube.

E i giovani? Hanno guardato. Hanno creduto.

Hanno desiderato. Ma non di diventare cuochi, bensì di diventare "chef". Non più l'apprendistato lento e sudato, ma la scalata veloce verso una stella che oggi ha perso peso specifico, valore simbolico.

Vogliono le luci, ma non il buio della prep.

Vogliono la fama, non la fatica.

Non tutti, certo.

Ma troppi.

Nel frattempo, l'apertura forsennata di ristoranti come funghi in una stagione che non ne prevede ha generato un mercato ingordo, saturo, spesso inconsapevole.

Tutti vogliono aprire.

Pochi vogliono imparare.

Tutti vogliono innovare.

Nessuno vuole custodire.

La globalizzazione ha offerto stimoli e ingredienti da ogni angolo del mondo, ma ha anche omologato il gusto, sterilizzato le identità locali, fatto perdere la memoria. Ormai ogni ristorante serve ceviche, ogni bistrot ha un bao in carta, ogni bar ha un cocktail "ispirato" al Sud Est Asiatico.

E le nonne?

Le abbiamo messe da parte, perché non fanno storytelling, non stanno su Instagram.

Abbiamo cercato il nuovo dimenticando il buono.

E in questo inseguire il consenso, abbiamo perso la sostanza. Siamo diventati clienti di noi stessi, servendo piatti pensati per piacere ai giudici, non agli ospiti.

La mercificazione dell'alta cucina è un suicidio lento. Laddove una volta c'era cultura, ora c'è strategia. Laddove una volta c'era racconto, ora c'è algoritmo. L'etica della cucina rispetto per il tempo, per la materia, per la squadra, per il cliente sta collassando su se stessa, come una stella che brucia troppo in fretta e poi implode.

Ed eccolo, il buco nero.

Un futuro oscuro, incerto, dove non sappiamo più chi siamo, né dove vogliamo andare.

Un'industria dell'ospitalità che ha smesso di essere ospitale, una ristorazione che ha smesso di nutrire.

Ma ed è qui il punto non è stato un destino cieco.

Lo abbiamo voluto noi.

Noi, che abbiamo acclamato chef come popstar.

Noi, che abbiamo premiato la forma sulla sostanza. Noi, che abbiamo scambiato la cultura gastronomica con il food entertainment.

Noi, che abbiamo permesso agli algoritmi di decidere cosa cucinare.

Ora siamo fermi davanti a questo buco nero.

Lo osserviamo mentre ci attira, mentre ingoia i valori su cui la ristorazione era fondata.

Ma possiamo ancora scegliere.

Possiamo scegliere di rallentare.

Di tornare a raccontare storie vere, non narrazioni di marketing. Possiamo scegliere di insegnare, con pazienza, a chi viene dopo.

Possiamo scegliere di togliere un ingrediente anziché aggiungerne dieci.

Possiamo scegliere di ascoltare il silenzio, anziché rincorrere l'applauso.

La restaurazione della ristorazione quella profonda, necessaria può cominciare solo quando accettiamo che siamo stati noi a svuotarla di senso.

E allora, proprio da quel buco nero, possiamo rinascere.

Se lo vogliamo davvero.

La soluzione è custodita dentro i nostri cuori.