



BUSINESS

Fast food «al verde»

McDonald's, pur di vendere in India, diventa vegetariano

La svolta è servita Il marchio rinnega le sue caratteristiche e si piega alle esigenze locali e religiose della vasta platea di consumatori indiani. Il primo ristorante aprirà nel 2013

PIPPO RUSSO

IL MARCHIO CHE PER ECCELLENZA SIMBOLEGGIA LA GLOBALIZZAZIONE COSTRETTO A PIEGARSI ALLE ESIGENZE LOCALI. FINO A RINNEGARE LE PROPRIE CARATTERISTICHE PUR DI ASSICURARSI LA PIÙ CAPILLARE DIFFUSIONE DEL BUSINESS. Accade a McDonald's in India, e la cosa è meno contraddittoria di quanto sembri. Perché ancora una volta a dettare la logica d'azione è la capacità d'adattamento del capitale globale. Che a sua volta è la forma più evoluta assunta dalla ragione strumentale, e trova sempre il modo di piegare le forme culturali alle proprie esigenze anche quando sembra lasciarsene condizionare. È in questo senso che va letta l'ultima scelta della multinazionale della ristorazione fast food: l'apertura in India di punti di ristoro nei quali vengono serviti menu esclusivamente vegetariani. Per di più, un'apertura che avviene non già in due punti qualsiasi, ma in due luoghi massimamente significativi per le religioni sikh e indù. Una trovata che si è resa necessaria per piantare un altro paio di bandierine del vasto impero McDonald's in un angolo di mondo nel quale le prescrizioni religiose impediscono il consumo di carne bovina. Che è giusto la base alimentare d'ogni menu della catena leader mondiale nel settore della ristorazione veloce. Ostacolo insormontabile? Neanche per idea. E dunque ecco pronta la soluzione. Il primo ristorante in territorio indiano della catena sorgerà a metà del 2013 nella regione del Punjab, a Armistar. Non una città qualsiasi. È lì che ha sede il Tempio d'Oro, ovvero il luogo più sacro per gli adepti della religione sikh, quello al quale ogni fedele deve recarsi almeno una volta nella vita per assolvere a una prescrizione di fede. Per i sikh il pellegrinaggio al Tempio d'Oro non è la sola prescrizione. Fra le altre c'è anche il divieto assoluto di mangiare uova e qualsiasi tipo di carne o pesce. Dunque, per costoro un ristorante McDonald's sarebbe territorio *off limits*, al pari della maggioranza dei cittadini del Paese che professano la religione Indù e per i quali la vacca è un animale sacro. A solleticare le esigenze alimentari di questi ultimi provvederà il risto-

rante in apertura presso la piccola città di Katra. Che è situata nel distretto di Udhampur, e la cui peculiarità è quella d'essere il punto più vicino al Tempio di Vaishno Devi, uno dei luoghi più sacri dell'induismo dedicato alla dea Shakti. I pellegrini di entrambe le religioni, dunque, troveranno dall'anno prossimo un'opzione supplementare per le loro esigenze di ristorazione. E non poteva certo essere il divieto di consumare carne bovina a far desistere McDonald's dalla conquista d'un mercato vasto come quello indiano. Nel subcontinente, la multinazionale ha attivato soltanto 271 degli oltre 33.000 punti vendita. E per andare incontro alle peculiari esigenze della clientela locale ha pure provato, nel corso degli anni, a tarare i menu sul palato locale. Ma per sfondare davvero nel mercato indiano era necessario imprimere una svolta che rimettesse definitivamente in discussione l'identità di McDonald's a partire dai suoi menu.

Adesso la svolta è servita in tavola, e avviene in un modo che pochi avrebbero immaginato: un McDonald's totalmente vegetariano, capace d'intercettare i gusti e gli stili di consumo della vasta platea di consumatori indiani senza mettere a repentaglio la sfera valoriale. Soluzione approntata, dunque. Il tempo dirà se sarà efficace.

Al momento, la sola cosa certa è che dal 2013 la mappa del pellegrinaggio sikh verso il Tempio d'Oro ospiterà un altro simbolo dorato, quella «M» che dal punto di vista iconografico risulta essere il più riconoscibile fra i *brand* globali. Lo stesso avverrà per i pellegrini diretti a Katra. E il rispetto della religione c'entra poco, davvero. Perché qui è soltanto una questione d'affari, e d'acquisizione di nuove porzioni di mercato globale. A meno che non la si voglia vedere in un altro modo, e allora la storia può essere letta come un nuovo esperimento di dialogo religioso. Da una parte le religioni diffuse radicate e professate a livello sub-continentale; dall'altra la sola confessione davvero globale, la Religione del Denaro, che non si perita di rinnegare i propri simboli identificanti pur di ampliare la rete d'influenza.

nedoludiforever@yahoo.it

POETI : **Biancamaria Frabotta e Davide Nota tornano sulla poesia di Roberto**

Roversi P.18 : **FILOSOFIA** : **Le «cose» che ci sfuggono, un convegno a chiusura**

del Festival emiliano P.18 : **BAMBINI** : **Un mare di storie con Folco Quilici P.19**