



Università
Ca' Foscari
Venezia

Facoltà di Lettere e Filosofia
Corso di Laurea Magistrale in
Antropologia culturale, etnologia,
etnolinguistica

Tesi di Laurea

—
Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Paesaggi, visioni e consumi alimentari locali.

Il Presidio del *Pero Misso* nell'alta Valpolicella

Relatore

Ch. Prof. Giovanni Dore

Laureando

Filippo Gioco
Matricola 987097

Anno Accademico
2012 / 2013

Ai pescatori di Gaza

INDICE

| | |
|--|-----|
| INTRODUZIONE | 1 |
| CAPITOLO I | 4 |
| 1.1 PARLARE DI CIBO OGGI | 5 |
| 1.2 LE DIREZIONI DELLA MODERNITA' ALIMENTARE | 11 |
| 1.3 <i>FOODSCAPE</i> , IL PAESAGGIO ALIMENTARE..... | 14 |
| 1.4 RIMEDI ALL'ANGOSCIA ALIMENTARE | 20 |
| 1.5 PERCHE' "MANGIARE GEOGRAFICO" | 23 |
| CAPITOLO II | 28 |
| 2.1 PER UN'ANTROPOLOGIA DELL' "ABITARE MANGIANDO" | 31 |
| 2.2 TERRITORIALITA' SIGNIFICA RELAZIONI | 34 |
| 2.3 LA "CONTRORIFORMA" ALIMENTARE | 36 |
| CAPITOLO III | 44 |
| 3.1 GENESI DELLA PATRIMONIALIZZAZIONE DEL CIBO LOCALE | 45 |
| 3.2 IL PRODOTTO TIPICO TRA PATRIMONIO E MERCATO | 51 |
| 3.3 MALINTESI SUL "MANGIARE GEOGRAFICO" | 53 |
| CAPITOLO IV | 60 |
| 4.1 SLOW FOOD, RADICI | 61 |
| 4.2 RIFONDARE LA GASTRONOMIA..... | 69 |
| 4.3 TERRA MADRE, LE COMUNITA' DEL CIBO | 76 |
| 4.4 PRESIDARE IL CIBO LOCALE | 83 |
| 4.5 CRITICHE COMUNI A SLOW FOOD | 86 |
| CAPITOLO V | 89 |
| 5.1 L'AZIONE DI SLOW FOOD NEL TERRITORIO VERONESE | 90 |
| 5.2 COME NASCE UN PRESIDIO SLOW FOOD..... | 97 |
| 5.3 IL PRESIDIO DEL PERO MISSO | 107 |
| 5.3.1 INTRODUZIONE AL TERRITORIO | 108 |
| 5.3.2 IL PERO MISSO | 112 |
| 5.3.3 PER CAPIRE IL PRESIDIO DEL PERO MISSO..... | 113 |
| 5.3.4 INTERVISTA AL PRODUTTORE DEL PRESIDIO | 114 |
| 5.3.5 INTERVISTA AL RESPONSABILE SLOW FOOD | 136 |
| 5.3.6 DOCUMENTAZIONE FOTOGRAFICA | 153 |
| 5.4 PRESIDIO: VALUTAZIONI IMPOSSIBILI, CONSEGUENZE POSSIBILI ... | 164 |
| CAPITOLO VI | 167 |
| 6.1 IL FENOMENO DELLA "RICONTADINIZZAZIONE" | 168 |
| 6.2 LE RETI ALIMENTARI ALTERNATIVE | 170 |
| 6.2.1 IL CASO DEI <i>FARMERS' MARKET</i> | 174 |
| 6.2.2 IL CONSUMO ALIMENTARE CRITICO | 175 |
| 6.2.3 IL CURIOSO CASO DI EATALY | 180 |
| 6.3 CIBO LOCALE E "TEORIA DELLA DECRESCITA" | 184 |
| CONSIDERAZIONI FINALI | 189 |
| APPENDICE DOCUMENTARIA | 192 |
| BIBLIOGRAFIA | 200 |
| SITOGRAFIA | 214 |

INTRODUZIONE

*La tradizione non è conservatorismo né fascinazione del passato storico.
Niente è più lontano dalla tradizione di un museo folcloristico.
La verità è che la tradizione non consiste in una semplice trasmissione del sapere:
é la trasmissione di un saper vivere.
Il tradizionalismo si contrappone alla tradizione
perché uccide l'organismo vivente per divenire un adepto del fossile.*

Fabrice Hadjadj

Un bimbo si affaccia dalla porta principale, in una sala affrescata con motivi visionari a colori caldi, che, ogni volta, lo stupiscono.

Proprio per questo, il bimbo, vuole sempre entrare dalla porta principale.

A terra il marmo, sostiene i grandi tavoli dal tovagliato fine, i bicchieri di cristallo, le posate d'argento. Un signore dall'aria indaffarata con la farfallina nera sotto il mento, dopo aver appoggiato delle bottiglie di Amarone sull'enorme viniera, sorridente lo accoglie con modi vernacolari che sanno di buono:

Ecolo eh Filipeto, sito qua anc'ancò!? Coméla?

Il bimbo accenna un saluto, poi, allungando la mano, timidamente sussurra: *mi porti dal nonno?*

La strana coppia, passando sotto un volto, lentamente procede verso la saletta adiacente, dove, un altro cameriere, assonnato lucida sculture in bronzo dalla forma di funghi, zucche e melograni.

Graduali, i rumori delle *pignate* si avvicinano inconfondibili. Il profumo dell'aria si colora di sapori.

Il bimbo lascia la mano di quel signore buono, ora, non sa perché, si sente più sicuro.

Prende la via della cucina correndo: un nuovo mondo, ogni volta, si presenta ai suoi occhi.

El bocia l'è rivà.

Il nonno con fare curioso osserva la scena, per un momento se la gode, poi chiamandolo a sé esclama: ecco, sì, proprio te aspettavo!

Il bambino poi è cresciuto, da più di dieci anni, ogni sera, in quel ristorante¹ ci lavora per essere d'aiuto alla sua famiglia, muovendo passi decisi tra i tavoli della sala affrescata, riuscendo a finanziarsi, in quel modo, gli studi universitari.

¹ Ristorante 12 Apostoli, vicolo corticella San Marco 3, Verona. "Il nome nacque, nel Settecento, dalle frequentazioni giornaliere di dodici mercanti della vicina piazza delle Erbe. Custodisce il fascino di

Dieci anni di impegno lavorativo che, oggi, alla luce della stesura di questa tesi di laurea, si sono rivelati essere stati periodo di un lungo e inconsapevole “lavoro sul campo”.

Riletti, infatti, sotto la lente delle conoscenze antropologiche acquisite durante l’esperienza universitaria, si sono dimostrati essere il motivo fondante del perché, e del per come, si è sentito, qui, il bisogno di parlare di cibo, di cibo locale, in modo serio.

Probabilmente, tutto sta in un egoistico voler coronare questa vicenda professionale, in sé piuttosto umile, un *comì* è semplicemente un portapiatti - ma un *comì* di un locale aperto dal proprio bisnonno nel corso degli anni venti non è forse un *comì* speciale (sic!) - caricandola di significati che trascendano il momento lavorativo dandone uno spessore maggiore, un valore ulteriore.

Lo scritto si compone di sei capitoli.

La nota introduttiva al capitolo I, tenta di rendere l’idea dell’approccio con cui si è provato a scandagliare il tema del cibo, cercando di decolonizzare l’immaginario comune riferito alla tavola, de-banalizzando cioè l’approccio allo studio dell’alimentazione. Il seguito del capitolo sviluppa questa impostazione, trattando del valore culturale del cibo, concentrando l’attenzione su quell’angoscia alimentare, al giorno d’oggi montante, che sembra aver eletto la cucina a luogo anti-egemonico per eccellenza, perché protagonista della costruzione di un modello nuovo, definito, in queste pagine, come modello del “mangiare geografico”, che svela nel cibo un processo indissolubilmente intrecciato con le pratiche di un abitare autentico. Una sorta di controriforma alimentare i cui effetti paiono solo all’inizio, i cui lineamenti sono rintracciabili nella lettura del capitolo II, dove si prospetta la possibilità di inaugurare, con molta modestia, un’antropologia dell’“abitare mangiando”.

Il capitolo III, prende in esame le deformazioni che un simile modello oggi subisce, in modo particolare approfondisce, con approccio critico, le dinamiche sottostanti ai meccanismi di protezione delle tipicità, che conducono il locale nell’illusione dell’affermazione globale, che ribolle nel grande calderone delle economie della tipicità.

Nel capitolo IV, invece, presentando le attività del movimento internazionale Slow Food, si ipotizza che, proprio nell’operato di questa particolare associazione, sia riscontrabile la prospettiva di un “mangiare geografico”, per così dire, applicato.

Attraverso l’indagine di un caso concreto, il Presidio Slow Food del *Pero Misso*, attivo nella zona dell’alta Valpolicella, in provincia di Verona, nel capitolo V, si cercherà così di comprendere meglio, attraverso alcune interviste, il retroterra concettuale che caratterizza solo una delle molte iniziative dell’organizzazione di Carlin Petrini. Provando a dimostrare come una brutta e vecchia pera possa diventare il simbolo di un altro modo di pensare il mondo.

antiche sale con volte affrescate e testimonianze romane e medioevali nelle cantine. Simbolo di tradizione e cultura, sede di un prestigioso premio giornalistico-letterario nato su suggerimento di Orio Vergani, ha ospitato, fra gli altri, D'Annunzio, Ezra Pound, Hemingway, la Callas, i Reali di Svezia, Guareschi, Fellini, Jean Gabin, Barbra Streisand. Alla guida la stessa famiglia dall'inizio del Novecento, quattro generazioni.” (www.localistorici.it)

Nel VI e ultimo capitolo, ci si concentrerà sulle pratiche alimentari intese come rinnovato ambito di autocostruzione identitaria, confermando il fatto che storia e alimentazione dipendono una dall'altra. Infine si trattano, brevemente, le tematiche della "ricontadinizzazione" e del consumo critico, posizionando sullo sfondo, come intrigante scenografia al ragionamento svolto nei capitoli precedenti, la cosiddetta "Teoria della Decrescita".

CAPITOLO I

Banalizzare, rendere banale, privare di originalità e significati particolari le cose che normalmente facciamo in quanto esseri umani sembra essere diventata qualcosa di più di una tendenza del periodo storico in cui siamo immersi. La banalizzazione è un processo subdolo, che riduce, spoglia, semplifica il nostro stare nel mondo, impoverendo la quotidianità, scaricando i significanti di significati. Se, in quest'ottica, quindi, banalizzare vuol dire perdere qualcosa, è la dimensione della perdita ad essere chiamata in causa in un simile discorso.

Attenzione però, perché per comprendere un processo di banalizzazione specifico, la nostalgia, il senso profondo della perdita che si fa sentimento, non serve a nulla, anzi il rischio è quello di rimpiangere, senza capire, qualcosa che non si è mai vissuto. De-banalizzare i processi di banalizzazione è un'operazione complessa che richiede pazienza, rigore e una buona dose di creatività, sì creatività, una qualità ai margini della ricerca scientifica ma che si fa utile risorsa per leggere il banale e la sua prassi: la banalizzazione.

Lo strumento principale che attiva i processi della banalizzazione è, paradossalmente, la troppa comunicazione. Un'ipertrofia comunicativa, la malattia del “parlare per parlare” che dovrebbe avere come cura il “parlare per capire”. Decompiessificare la realtà sembra essere la *mission* dei mezzi di comunicazione di massa, l'obiettivo più o meno consapevole è quello di rendere la vita più facile, più godibile e in ultima istanza più “spendibile”, nel senso letterale del termine.

Il cibo ha subito in modo violento un tale processo di banalizzazione!

L'alimentazione, il sesso e altre sfere dell'universo del quotidiano, sono state banalizzate. Forse per un equivoco di fondo che vede la quotidianità strettamente associata al dato scontato della *routine*, senza scorgere in essa l'ossatura culturale delle diverse esistenze umane. Questa piccola ricerca sul cibo, questo primo capitolo in modo particolare, nasce dal presupposto di capire la quotidianità nei suoi risvolti alimentari prendendola sul serio, ossia de-banalizzandola.

1.1

PARLARE DI CIBO OGGI

Nella contemporaneità culturale in cui viviamo il cibo riveste un ruolo molto importante. È vero però, che il cibo si può osservare da molte prospettive, tra loro a volte piuttosto distanti, quasi incompatibili. La sua natura di elemento quotidiano “a portata di mano” porta, ad esempio, una trivializzazione dei discorsi sul cibo, inserendosi in pieno nel processo di banalizzazione denunciato nella breve introduzione al capitolo. Talk-show televisivi in salsa culinaria, concorsi mediatici che eleggono “il più bravo a”, chef-star che conoscono meglio i salotti della televisione che le loro cucine, condannano il cibo a una dimensione ludica, ipermondana. Non c'è schermo al plasma che, in ogni ora del giorno o della notte, non proponga le immagini di qualcuno che spadelli o che suggerisca ricette, che tagli la cipolla dicendo una barzelletta per non piangere, oppure, che assaggi schifato un piatto cucinato da un impiegato delle poste deluso della sua vita e desideroso di reinventarsi una degna esistenza in cucina. Data la frequenza ricorrente dei movimenti, l'ossessività delle inquadrature che entrano tra i vapori delle pentole e gli interminabili aneddoti sulle qualità afrodisiache del curry o di uno zucchini, si può forse definire questo circo mediatico che fa da contorno ai discorsi sul cibo come un esperimento ben riuscito di “pornografia alimentare”² !?!

In altri contesti, è bene sottolinearlo, lontani dal grande pubblico, si parla di cibo in ben altri modi. Infatti, molte delle più serrate riflessioni sulla crisi ecologica, sulla globalizzazione, sui modelli di sviluppo tecnologico e capitalistico delle economie di mercato, si sviluppano oggi, anche attraverso l'approfondimento della questione alimentare. Ciò è molto interessante, un fatto nuovo, significativo: “da un po' di tempo a questa parte, il cibo ha guadagnato una posizione quale esempio privilegiato

² Efficace espressione coniata da Carlo Petrini nel corso del dibattito con Serge Latouche nell'incontro di apertura del Festival “Pensieri in piazza” di Pinerolo, edizione 2009, intitolato “Immaginario economico e nuova agricoltura”.

o addirittura punto nodale di una serie di tematiche molto serie, ecologiche ed economiche, sociali e politiche” (Perullo 2006:7).

Dalla finzione televisiva ai grandi dibattiti internazionali sulla fame nel mondo, si parla sempre di cibo sì, ma in modi diversi.

Infatti, parlare di cibo oggi significa cogliere l'occasione cognitiva di comprendere che esso può rappresentare l'aspetto cardine attorno al quale ruotano molti ingranaggi del sistema mondiale. Guardare il mondo attraverso il cibo può essere un metodo di ricerca utile e di ampio respiro. È palese che nell'opinione pubblica prevalga un atteggiamento superficiale al tema del cibo, considerato in alcuni casi un mero oggetto di sussistenza, il carburante indispensabile del corpo umano. Bisogna riflettere su questa modalità di approccio al cibo senza quindi colpevolizzare nessuno, anzi, cercando di capire gli aspetti culturali specifici dell'equivalenza: cibo uguale sopravvivenza fisica.

Sarebbe sufficiente uno sguardo poco più attento per rendersi conto che attorno al tema del cibo, specialmente nelle società industriali, si sono costruiti e ramificati una serie di interessi plurali. Affrontare la montagna del cibo dal versante della nutrizione, della fame o dell'obesità non è più sufficiente. Oggi la montagna va scalata anche dal versante del piacere che il cibo procura agli uomini, “piacere fisiologico” sicuramente, ma soprattutto “piacere culturale”. Infatti, il passaggio dalla società industriale a quella cosiddetta “post-industriale” ha permesso di sottrarre almeno in parte il cibo dalla sua funzione esclusivamente nutritiva per collocarlo in una zona più esplicitamente simbolica. La fine della fame in Occidente ha reso leggibile l'esperienza quotidiana del cibo come connessa a una moltitudine di significati e valori, i quali molto spesso declinano a tavola la cultura delle popolazioni. Il cibo, oggi, va ripensato come “indispensabile intra-mondano” (Perullo 2006: 9), come fattore vitale primario colmo di significati profondi.

Tutti possono parlare di cibo, nessuno ha il patentino disciplinare per un argomento di tale portata. Le prospettive multidisciplinari sono le benvenute quando si parla di alimentazione, parola di per sé impegnativa che richiama alla

“somministrazione o assunzione delle sostanze contenenti i principi nutritivi necessari agli organismi viventi” (Zingarelli 1998: 67), parlare di cibo è parlare di vita. Campanilisticamente, si potrebbe non senza azzardo ipotizzare un ruolo di primo piano per l'Antropologia Culturale, in quanto il cibo è innanzitutto uno strumento quotidiano, e l'approccio antropologico contemporaneo si occupa proprio di quello che gli uomini fanno nella vita di tutti i giorni. L'Antropologia avrebbe probabilmente la possibilità di comprendere i significati che esorbitano dalle funzioni energetiche e nutritive del cibo e del “cibarsi”. Indagando quelle zone intermedie dove il cibo e l'atto ad esso indissolubilmente legato, sfumano in una moltitudine di colori, non sono cioè più solo il bianco e il nero, della pura fame e del puro edonismo, ma si aprono ad un arcobaleno di realtà che vanno dalle condizioni dei produttori di cibo alla gastronomia più intelligente.

L'alimentazione, è stata a lungo confinata nelle rubriche dedicate alla salute e alla cucina, il *come perdere i chili in eccesso prima di partire per le vacanze estive* e il *come far fronte al terribile senso di colpa delle abbuffate natalizie* occupano ancora oggi nei media un posto di primo piano, diventando oggetto di dibattito nei programmi televisivi e sulla stampa. La prospettiva nutrizionista è, senza rivali, la più accreditata quando si tratta di cibo. Carboidrati e proteine, zuccheri e grassi: qualunque massaia di ceto medio-basso ormai è in grado di distribuirli correttamente tra pranzo e cena in nome di una dieta corretta, seguendo con serietà e apprensione i precetti televisivi.

È vero, l'uomo ha bisogno di nutrimento: di glucidi, di lipidi, di proteine, di sali minerali, di vitamine, d'acqua che sono presenti nei prodotti naturali che fanno parte del suo ambiente, e non può ingerirli, incorporarli, se non sotto forma di alimenti. Ma l'alimento non è un oggetto semplice, non è la somma delle formulazioni chimiche delle parti che lo compongono, non è quindi di esclusivo dominio della scienza nutrizionistica. L'alimento è spesso un prodotto naturale culturalmente costituito e valorizzato, trasformato e consumato nel rispetto di un protocollo d'uso fortemente socializzato. Il modo in cui gli uomini concepiscono la soddisfazione dei loro bisogni alimentari non può quindi, ridursi a una stretta logica utilitaria o tecnologica, lasciando l'ultima parola al dietologo. È importante comprendere che

l'alimentazione, considerata nella sua espressione più ampia, ha una funzione strutturante nell'organizzazione sociale di un gruppo umano. Perciò essa è un oggetto basilare del sapere socio-antropologico, sia che si arrivi ad essa partendo dalle attività di produzione del cibo oppure trattando le dinamiche di distribuzione del cibo, sia ovviamente quando ci si riferisce al consumo quotidiano del cibo (Poulain 2008: 7).

Furono i medici e i filosofi antichi che definirono il cibo *res non naturalis* a partire da Ippocrate³ che lo incluse fra i fattori della vita che non appartengono all'ordine "naturale" ma a quello "artificiale" delle cose. Infatti nell'esperienza umana i valori portanti del sistema alimentare non si definiscono in termini di "naturalità", che di per sé richiama ad un approccio quasi istintuale al cibo, bensì come esito e rappresentazione di processi culturali che prevedono l'addomesticamento, la trasformazione, la reinterpretazione della natura.

Il cibo appartiene alla cultura che l'uomo stesso si costruisce per stare nel mondo. Molto chiaramente lo storico dell'alimentazione Massimo Montanari riassume il concetto:

“Il cibo è cultura “quando si produce”, perché l'uomo non utilizza solo ciò che trova in natura (come fanno tutte le altre specie animali), ma ambisce a creare il proprio cibo, sovrapponendo l'attività di produzione a quella di predazione. Il cibo è cultura “quando si prepara”, perché, una volta acquisiti i prodotti-base della sua alimentazione, l'uomo li trasforma mediante l'uso del fuoco e un'elaborata tecnologia che si esprime nelle pratiche di cucina. Il cibo è cultura “quando si consuma”, perché l'uomo, pur potendo mangiare di tutto, o forse proprio per questo, in realtà non mangia tutto bensì “sceglie” il proprio cibo, con criteri legati sia alle dimensioni economica e nutrizionali del gesto, sia a valori simbolici di cui il cibo stesso è investito”

(Montanari 2006: XI-XII).

³ Ippocrate di Cos, vissuto probabilmente tra il 460 a.C. e il 377 a.C., è considerato da molti studiosi il padre della medicina.

In quest'ottica il cibo appare uno strumento di comunicazione socio-culturale, la produzione, la trasformazione e il consumo del cibo diventano un procedimento per costruirsi e comunicarsi attraverso le pratiche dell'alimentazione. Il cibo sembra essere parte fondante del processo di *antropopoiesi*, cioè dell'idea del "farsi" dell'umanità mediante la cultura di cui parla Francesco Remotti, la quale modella, dà forma all'essere umano (Remotti 2011: 77).

Infatti se il cibo è esperienza del mondo, la persona stessa si costruisce mangiando (Fiorani 1993: 17). Quotidianamente, nei gesti legati al cibo che ci sembrano più semplici, dalla colazione che rompe il digiuno notturno allo spuntino di mezzanotte che lo inaugura, noi diventiamo ciò che mangiamo. E l'atto di assumere cibo, mangiare, diventa così sia banale, sia carico di conseguenze potenzialmente irreversibili, pensandoci bene. Claude Fischler, infatti, teorizzando quello che ha chiamato "il paradosso dell'onnivoro" afferma che l'uomo è preso tra due fuochi: da un lato il bisogno di variare, diversificare ed innovare la dieta, dall'altro l'imperativo ad essere cauto perché ogni cibo sconosciuto è un pericolo potenziale.

Pericolo di un avvelenamento fisico? Non solo, non tanto.

Lo studioso è piuttosto interessato a un pericolo ontologico legato all'integrità della soggettività di chi azzarda una pratica alimentare nuova. D'altra parte se incorporare gli alimenti significa farli diventare parte della nostra sostanza intima, è verosimile che l'alimentazione ricada sicuramente nel campo del desiderio e del piacere, ma anche, e non secondariamente, nel campo della diffidenza, dell'incertezza, dell'ansietà (Fischler 1992: 279). Provocando, nel momento in cui una persona non sa bene cosa sta mangiando una messa in dubbio della propria soggettività. Quindi "incorporare il cibo non costituisce una sfida solo per la salute, ma lo è anche per il posto dell'individuo nella cultura" (Lupton 1999: 33). Da queste riflessioni si deduce un'impostazione teorica semplice e complessa allo stesso tempo: la costruzione della persona avviene soprattutto attraverso il cibo.

Questo era sicuramente valido per l'uomo preistorico che viveva il rapporto con il cibo e la scelta di quali cibi mangiare in "modo esistenziale", nel senso che rischiava di perdere la vita ogni volta che sperimentava un alimento sconosciuto, ma vale ancor di più oggi dove l'offerta gastronomica è talmente ampia e diversificata che

l'uomo contemporaneo rischia di perdersi nella dimensione della scelta mettendo a repentaglio il suo "sé culinario"⁴.

Le preferenze alimentari non sono, dunque, solamente questione di gusti personali come certa televisione vorrebbe farci credere, ma sono strettamente connesse con meccanismi di autoidentificazione sociale. È per questo, scrive l'antropologa Alessandra Guigoni, che:

“ogni nuovo alimento va incorporato nel sistema alimentare vigente, va fatto proprio, attraverso un processo di autenticazione che lo renda autoctono, locale, “genuino”, così come avviene quando un neologismo o un vocabolo straniero viene “accolto” in una lingua, così come la presentazione alla comunità di un nuovo nato. Il termine “genuino” infatti deriva dall’atto formale con cui il padre, nelle comunità indoeuropee, prendeva sulle ginocchia il proprio figlio, accettandone la paternità, e introducendolo in società” (Guigoni 2009: 23).

Inoltre, parafrasando Mary Douglas, se trattiamo il cibo come un codice comunicativo che offre una serie di possibilità per comunicare messaggi particolari, il messaggio che esso mette in codice lo ritroveremo nello schema dei rapporti sociali che vengono espressi attraverso la scelta e l'uso degli alimenti. Come il sesso, per la Douglas, anche l'assunzione del cibo ha senza dubbio una irrinunciabile componente sociale oltre a una componente biologica (Douglas 1985:165).

Come il linguaggio, dunque, la cucina, il rapporto codificato con il cibo per renderlo commestibile, esprime la cultura di chi la pratica, è depositaria delle tradizioni e delle identità di gruppo. Perciò, può legittimamente costituire uno strumento privilegiato d'auto-rappresentazione e soprattutto di comunicazione interculturale.

A questo proposito è interessante notare che, ad esempio, nelle culture alimentari dei migranti esistono “piatti totem”, che hanno un ruolo simbolico che li rende chiavi di identità, segnalatori di peculiarità e diversità, e il cui consumo attiva una sorta di memoria culturale che in un certo senso si trasmette anche alle generazioni

⁴ Con “sé culinario” si intende fare riferimento alla più o meno fragile identità gastronomica che ogni persona acquisisce nel corso della propria vita in una determinata cultura.

successive a quelle che non hanno vissuto la migrazione, le cosiddette seconde generazioni che nel cibo proiettano l'immaginario del paese che non hanno vissuto.

Appare evidente dopo queste prime considerazioni che parlare di cibo in senso ampio, dal prodotto del faticoso lavoro del contadino, alle ore notturne di attesa del pescatore sul suo peschereccio, alla rivisitazione di una particolare ricetta regionale fatta da un emergente giovane chef in odore di stella, è prima di tutto un modo per leggere il passato e, quello che qui più interessa, la contemporaneità di una determinata cultura. Cultura non concepita qui come un'accumulazione di sedimenti dei periodi storici precedenti, ma come un processo dinamico in continua micro-trasformazione, elemento indispensabile all'uomo proprio come lo è l'acqua per i pesci.

1.2

LE DIREZIONI DELLA MODERNITA' ALIMENTARE

Nella storia dell'alimentazione occidentale, la seconda parte del XX secolo rappresenta un momento di rottura definitiva dei rapporti fra uomo e ambiente. Infatti, dopo secoli dove la malnutrizione era stata onnipresente, quasi tutti, tenendo conto delle differenze sociali, mangiano a sazietà. Ciò, a partire dal boom economico degli anni cinquanta del Novecento, ha promosso la diffusione di una sensazione costante di abbondanza di cibo, che nel giro di qualche decennio è diventata presto sovrabbondanza. Sperimentare l'abbondanza e cadere nella sovrabbondanza ha portato ad un mutamento di relazione con il cibo, ha aperto nuove possibilità: la fame, quella patita durante la guerra sembra ormai un ricordo, così l'industria alimentare entra in scena e con essa nascono i problemi dalla cattiva alimentazione.

In nessun periodo storico si è potuto disporre di una così grande varietà alimentare, come quella inaugurata dai progressi del settore agroindustriale per quanto riguarda il livello delle tecniche di conservazione, di imballaggio e di trasporto che permettono di ridurre, in alcuni casi annullare del tutto, “le pressioni della nicchia ecologica” (Poulain 2008: 14). Infatti, le imprese internazionali agroalimentari distribuiscono a livello globale perché il mercato del cibo è diventato mondiale.

L'alimentazione dunque, si internazionalizza nel senso che gli alimenti si spostano da un continente all'altro compiendo lunghi viaggi. Spostamenti che generano buffi paradossi: un succo d'arance spremute in California arriva in Sicilia come prodotto fresco in cartone. È una grande rivoluzione, la globalizzazione del cibo porta l'alimento moderno ad essere delocalizzato, separato, allontanato dall'ambiente geografico e dalle condizioni climatiche che gli erano tradizionalmente associate. Porta soprattutto ad uno sconvolgimento nelle pratiche di chi produce cibo, dalle campagne dell'entroterra palermitano alle terre coltivate dell'India meridionale, i contadini non producono più per la loro gente, venendo in buona parte inghiottiti dalle speculazioni finanziarie di chi il mercato del cibo lo controlla a livello planetario.

Se qualcuno, a suo buon diritto, gioisce nella possibilità di acquistare sotto casa un vasetto di salsa di soia, una porzione di *paella* pronta da scaldare oppure un *cous-cous* che evoca uno dei suoi viaggi d'oltremare, forse non riflette abbastanza sul fatto che la globalizzazione e l'industrializzazione della sfera alimentare in molti casi hanno portato ad una standardizzazione e omogeneizzazione di quella proposta alimentare apparentemente varia. Ad esempio, i regolamenti d'igiene e le politiche di salvaguardia della qualità vigenti nel settore del cibo industriale producono dei parametri globali entro cui il prodotto deve sottostare, pena multe salate per pericoli microbiologici. Queste prassi provocano un giornaliero impoverimento del gusto, che, esasperando i termini, potrebbe essere definito, per il fatto che tutto è consapevolmente stabilito nei laboratori delle grandi multinazionali produttrici di cibo, un vero e proprio “gustocidio”.

Agenzia di propaganda dell'industria del cibo è la televisione e la sua espressione principale, la comunicazione pubblicitaria. Questa, nasce parallelamente alla grande distribuzione organizzata nel mondo occidentale, producendo una nuova realtà dei consumi alimentari, che ha mutato il modo abituale di vivere il rapporto con il cibo. Esempio chiarificatore è la nuova preferenza in direzione dello slogan: “meno cibo cucinato più cibo pronto” (anche surgelato). Il risultato è una visione del cibo sempre meno concepita come forma di piacere collettivo, rituale, conviviale. Nel giro di pochi decenni, quindi, le scelte gastronomiche si sono sempre più ridotte in risposte meccaniche alle sollecitazioni della pubblicità che ritma i tempi frenetici della vita quotidiana postmoderna. Il rapporto con il cibo si è piegato a diventare un riflesso condizionato delle pressioni che stanno modificando strutturalmente la vita delle persone, senza che queste abbiano, per ora (ma forse qualcosa inizia a muoversi come si vedrà nel capitolo sesto), la forza di elaborare strategie di risposta o di adattamento.

Il modello produttivista applicato al cibo è il principale responsabile della perdita della dimensione sociale dell'alimentazione (*Barilla Center for Food Nutrition 2009: 20*).

Non tutto però è perduto, e di ciò l'antropologia culturale si deve occupare, infatti, probabilmente siamo di fronte ad un'incipiente crisi di questo modello, che ha messo in moto, attraverso, ad esempio, un richiamo maggiore alla dimensione della salute del pianeta, un recupero, o meglio una riproposizione delle valenze culturali, politiche e sociali della relazione con il cibo, prefigurando nuove tendenze e una nuova epoca di approfondimento creativo. Approfondimento che come si vedrà nei capitoli successivi sembra avere radici fortemente locali.

1.3

FOODSCAPE, IL PAESAGGIO ALIMENTARE

L'antropologo Arjun Appadurai identifica cinque dimensioni dei flussi culturali che fondendosi tra loro costituiscono il mondo moderno: *ethnoscape* (flusso di turisti, uomini d'affari, immigrati, rifugiati ecc.), *mediascape* (flusso di immagini e informazioni), *financescape* (flusso di denaro, speculazioni finanziarie), *technoscape* (flusso di tecnologie, macchinari, software) e *ideoscape*⁵ (flusso di costruzioni ideologiche occidentali, come ad esempio il concetto di democrazia). I flussi costruiscono paesaggi caratterizzati da una forma fluida e irregolare, sono:

“Costrutti prospettici, declinati dalle contingenze storiche, linguistiche e politiche di diversi tipi di attori: stati nazionali, multinazionali, comunità diasporiche, assieme a raggruppamenti e movimenti subnazionali (religiosi, politici, economici) e pure gruppi basati su rapporti interpersonali faccia a faccia come villaggi, quartieri e famiglie” (Appadurai 2001: 52-53).

Sembra lecito ad Alessandra Guigoni, antropologa che si occupa di alimentazione, aggiungere un ulteriore flusso che, come gli altri, in conseguenza di sé produce un preciso paesaggio culturale, la studiosa parla così di *Foodscape* (Guigoni 2004: 19). Riferendosi a tutte quelle connessioni politiche, culturali ed economiche di ciò che solitamente chiamiamo cibo. È una proposta teorica che può sicuramente essere assunta come valida, dato che parlando di cibo, come si è visto nelle pagine precedenti, non si parla solo di tavole più o meno imbandite, ma si chiamano in causa una serie di processi fluidi, in continua ridefinizione, che possono, a buona ragione, disegnare un paesaggio alimentare in quotidiano mutamento.

⁵ Nell'edizione italiana del testo di Arjun Appadurai, “Modernità in polvere”, viene utilizzata per i flussi la seguente denominazione: etnorami, mediorami, finanziorami, tecnorami e ideorami. Termini composti con il suffisso *όραμα*, "vista, visione", dal verbo greco *όράω*, "io vedo".

A questo punto, può essere più che lecito domandarsi:
in quale tipo di *foodscape* viviamo?

Un fatto di cronaca accaduto in Francia sulla fine degli anni Novanta aiuta di molto nella risposta ad una simile domanda. Nel cuore più profondo dell'Aveyron, dall'altopiano del Larzac, luogo mitico della resistenza sessantottina alla modernità, si alzò in quel periodo una voce nuova contro la globalizzazione, una voce che poneva il cibo al centro della lotta politica. Fu letteralmente smontato un McDonald's in costruzione, distruggendo così, attraverso diverse azioni di resistenza, un ristorante *fast-food* della famosa catena americana. José Bové, leader della rivolta, presidente della confederazione rurale locale, venne arrestato e condotto in prigione. All'inizio dell'estate del 2000, il processo a Bové, molto seguito dai media, per forza di cose fa uscire la cittadina di Millau dal suo letargo provinciale incoronandola capitale mondiale della lotta alla cattiva alimentazione. Si dice che persino Pierre Bourdieu, il famoso sociologo, si recò in quel periodo a Millau portando la sua testimonianza di vicinanza alle fila della "resistenza alimentare" (Poulain 2008: 14). Questo breve aneddoto è importante perché riporta sotto forma di curioso racconto di cronaca locale tutta la conflittualità presente nel paesaggio alimentare in cui noi occidentali viviamo. In quanto il nostro *Foodscape* è formato da vari flussi tra loro antagonisti, che convivono tra loro con non poche difficoltà. In questo episodio nella campagna francese emerge chiaramente tutta la portata che può avere un discorso, che in questo caso si è fatto azione, sul cibo. Il ribelle Bové infatti era alla testa di un gruppo di allevatori di pecore che con i loro trattori smantellarono il McDonald's in questione in nome della cultura e dell'economia locali. L'azione doveva, secondo alcuni, essere letta come l'affermazione del diritto alla democrazia locale e alla diversità culturale in un mondo sempre più governato dai principi che regolano lo stesso McDonald's: il medesimo cibo ovunque si vada.

Interpretando la protesta con un ulteriore livello di lettura, forse forzando un po' la mano, qualcuno ha affermato che gli allevatori difendevano il diritto a spazi separati, non mercificati, che non possono essere messi in vendita, come le attività culturali, i riti e, non per ultima, l'ecologia propria del luogo (Bové, Dufour 2000). D'altra parte i ripetuti blitz dei trattori arrivarono dopo un altro episodio che aveva visto Millau, la

patria del formaggio *Roquefort*, penalizzata dall'imposizione di barriere commerciali da parte degli Stati Uniti in risposta al rifiuto dell'Unione Europea di importare carne di manzo agli ormoni. Il *Roquefort* era vitale per l'economia locale, la controversia suscitò l'interrogativo su chi dovesse decidere sulla qualità del cibo che le persone mangiano: i cittadini del posto o gli enti per il commercio internazionale?

La dimensione locale della quotidianità si era venuta a confrontare con la dimensione globale del profitto e delle logiche prettamente economiche che lo regolano. Il confronto si è tramutato in scontro, un fast-food americano è andato in pezzi.

Dietro questi fenomeni economici e sociali ritroviamo i segni, e talvolta i sintomi, di una crisi identitaria che trova nel settore alimentare, bistrattato dall'industrializzazione, un luogo di cristallizzazione.

La nozione di *Foodscapes*, al plurale, rischia oggi davvero di soccombere insieme con le culture locali sotto il rullo compressore dei processi di globalizzazione in corso?

L'originalità delle culture alimentari locali, sembra essere condannata da una sorta di meccanismo di "entropia culturale" che le mescola sempre più annullandone le caratteristiche e la reale possibilità di scambio interculturale translocale, perché a tirare le fila c'è l'industria del cibo, che sull'uniformizzazione e la fine dei particolarismi punta a giocare i suoi assi nella manica, la pubblicità e i prezzi bassi dei prodotti che vende. Tutto quindi sembra livellarsi su certi modelli stereotipati che sono in definitiva quelli delle civiltà industriali occidentali: persone che agiscono in culture diverse e le creano con le proprie pratiche, condividono sempre di più linguaggi, prodotti culturali e abitudini alimentari, contribuendo a edificare quella che si può efficacemente chiamare la dimensione quotidiana della globalizzazione. Per alcuni, in un'epoca di globalizzazione che si mostra come omologazione accelerata, la cosiddetta fusione tra culture sembrerebbe sul punto di tradursi in confusione, vale a dire in una monotona e vaga banalizzazione e in un appiattimento verso il basso che spersonalizza le identità locali (Guigoni 2004: 89). Questo giudizio sulle dinamiche in atto, è fortemente influenzato dall'ansia legata allo sviluppo dell'industrializzazione alimentare e ai pericoli allegati a questo processo, che rischia

di vedere diluite le identità locali nella globalizzazione. È un'idea particolarmente diffusa in un certo tipo di opinione pubblica ed è condivisa da buona parte dei sociologi che si occupano di alimentazione.

Le scuole di pensiero sono sostanzialmente due, secondo la prima, la minaccia del processo di massificazione verrebbe dal basso, direttamente dalle pratiche dei consumatori (Mennel 1992), per i sostenitori della seconda corrente di pensiero, invece, bisogna porre l'accento sulla manipolazione dei gusti del consumatore ad opera dell'industria capitalista del cibo che utilizza a tale proposito l'arma del marketing nei mezzi di comunicazione di massa; la minaccia dell'omologazione viene qui dall'alto, non dal basso.

È scientificamente corretto rendere conto del fatto che ci sono altri uomini di pensiero che scrutano la realtà osservata con meno pessimismo, promuovendo una visione positiva della modernità alimentare, ad esempio Claude Fischler non sembra disperarsi quando afferma che siamo nel pieno di un meccanismo di ibridazione:

“Sarebbe errato credere che l'industrializzazione dell'alimentazione, il progresso dei trasporti, l'avvento della distribuzione di massa siano solo capaci di disgregare e livellare le specificità locali e regionali” (Fischler 1992: 152).

Avanzando così l'ipotesi della comparsa di una cultura alimentare di massa che darebbe alla luce una specie di mosaico sincretico universale, frutto della disintegrazione dei modelli alimentari particolari, e allo stesso tempo dell'integrazione delle macerie di questi ultimi come cocci che vanno a comporre un nuovo spazio sociale alimentare condiviso da un numero sempre maggiore di persone. Fischler, dimentica forse, nella sua visione ottimistica, di dire che questo meccanismo di ibridazione, spesse volte, non è un risultato spontaneo e disinteressato, ma il prodotto di dinamiche transnazionali che poco hanno a che fare con l'interculturalità *politically correct* e tanto con gli interessi economici.

In conclusione, risulta evidente che la globalizzazione dei mercati alimentari genera, in primis, la sparizione di determinati particolarismi, che sempre più

sopravvivono, spesso in modo superficiale, solamente ad uso e consumo delle politiche di marketing dell'industria del cibo, le quali, sempre più spesso, si richiamano alla tradizione e alla tipicità (si veda il capitolo terzo); e contemporaneamente produce la comparsa di nuove forme alimentari risultanti da un processo di ibridazione che diffonde su scala transculturale determinati prodotti e usanze alimentari. Ma se la globalizzazione, annulla molte differenze, allo stesso tempo, secondo la letteratura più recente dell'antropologia culturale, è il motore di un processo nuovo di diversificazione-integrazione, che implica nuove differenziazioni, che scaturiscono da forme creative di appropriazione di prodotti (ad esempio l'imprevisto uso rituale della Coca-Cola presso alcune popolazioni africane), e lo sviluppo di spazi comuni che servono da ponte di comunicazione fra i modelli alimentari (ad esempio la moda occidentale di frequentare ristoranti etnici, il cosiddetto "gastroesotismo"). La difficoltà cognitiva del ragionamento sta qui nel fatto di porre i risultati di ibridazione come un nuovo insieme organizzato e non come residui dei processi di decomposizione, parlando così di creolizzazione alimentare (Poulain, Tiberè 2000: 225-241).

Ma la dimensione della perdita non rischia così di essere trascurata?

Può una pur sempre legittima angoscia nel dover giustificare la modernità alimentare, oscurare del tutto o in parte l'impoverimento delle storie alimentari delle culture locali?

La "gastro-anomia" (alfa privativo, assenza di regole relative a ciò che si mangia) è la cifra specifica di un paesaggio alimentare ricco di conflitti più o meno evidenti che a ben vedere sembra schiudere le porte al livellamento alimentare come conseguenza generalizzata della standardizzazione dei prodotti *prets-à-manger*. Saltano infatti le regole sociali che ruotavano attorno al momento del pasto, tanto da trasformare l'atto alimentare da dimensione conviviale, il rituale della tavola, a bisogno informale, dove il frigorifero diventa un self-service e spesso il divano un comodo luogo di consumo.

Non è difficile pensare che con questo slittamento di luoghi e modalità del consumo del cibo, l'industria alimentare, sotto forma delle poche multinazionali che la controllano, possa avere la strada spianata per inventare una nuova alimentazione per questa era di iper-globalizzazione del mondo e non solo una variante culinaria tra le

altre, creando un cosmopolitismo alimentare che propone già come universale, fatto di cibi sicuramente più igienici e controllati, ma anonimi?

In un futuro non troppo lontano ci nutriremo tutti con gli stessi alimenti? Allo stesso modo?

Come si sarà notato, discutere di cibo apre efficacemente la mente a speculazioni piuttosto impegnative sul tema della globalizzazione. Pensieri che non devono irrigidirsi nello schema biunivoco “pro o contro” la globalizzazione, anzi devono considerare tutte le sfaccettature del caso per non lasciarsi prendere da entusiasmi ingiustificati, come quelli di chi sostiene la via della creolizzazione alimentare come unica soluzione per il futuro, oppure da pessimismi cosmici, come quelli di chi vede nell’Hamburger venduto sotto casa o nella salsa di soia nella bottega di quartiere, la fine di civiltà alimentari millenarie. Un mostro sacro dell’antropologia, Bronislaw Malinowski, affermava negli anni venti che non si può studiare la storia dei valori umani, le sue forme di produzione e scambio senza affrontare i problemi dell’alimentazione (Guigoni 2004: 98). Perciò, l’alimentazione va intesa come la testimonianza più diretta della complessità della società umana, testimonianza facilmente ottenibile ma difficilmente interpretabile, perché oltre a soddisfare i bisogni del corpo, è in tutto e per tutto un fatto di cultura quindi “è in ogni luogo e in ogni epoca un atto sociale” (Barthes 1988: 281). E nell’epoca storica che viviamo l’atto di cibarsi deve fare i conti con la globalizzazione, fenomeno insidioso perché “non tocca solo ciò che sta “fuori”, remoto e distante dall’individuo, ma è anche un fenomeno interno, che influisce sugli aspetti intimi e personali della nostra vita” (Giddens 2000: 24), il cibo se ci si pensa è un “fuori” che diventa “dentro”, spesso producendo un qualche senso di angoscia, un reale senso di angoscia alimentare.

1.4

RIMEDI ALL'ANGOSCIA ALIMENTARE

Per cercare di comprendere la situazione odierna intorno al cibo bisogna capire quali sono le scelte che le persone fanno in termini alimentari, dalla spesa della massaia al mercato rionale, alla cena per festeggiare una ricorrenza nel ristorante famoso. Queste pratiche sociali, che possono essere più correttamente chiamate usi alimentari, ci raccontano, senza il bisogno di lunghi periodi di ricerca etnografica, che si sta affermando, da almeno un decennio, una nuova forma di identità alimentare: il cosiddetto “mangiare geografico” (Montanari 2006: 110).

Sul piano storico è una novità assoluta, fino a qualche tempo fa infatti esprimere una cultura di territorio attraverso i prodotti locali non era assolutamente scontato.

Considerare, infatti, la cucina di territorio come una realtà antichissima è un grosso equivoco!

Non è, dunque, corretto descrivere le abitudini alimentari che si rifanno al territorio come una “ri-scoperta” del territorio, è probabilmente più giusto parlare di una vera e propria “scoperta” del territorio.

Il fatto che questo processo avvenga proprio in questo periodo storico non sembra essere un caso: è forse un rimedio a quell’angoscia alimentare citata in chiusura del paragrafo precedente?

Lasciare sospesa la risposta alla domanda è d’obbligo, prima infatti, occorre capire qualcosa in più sulla questione, percorrendo una breve storia degli usi alimentari nei secoli che ci hanno preceduti. Nel passato, il legame che ogni cucina intratteneva con il sistema alimentare proprio del suo territorio era in larga misura inevitabile per gli strati bassi della società, il rapporto cibo-territorio era così un obbligo che le classi sociali subalterne dovevano, per cause di forza maggiore, rispettare. Questo legame quasi mai produceva un senso di orgoglio identitario, mai generava il vanto di appartenere ad una comunità territoriale, come sottolinea lo storico dell’alimentazione Massimo Montanari. Anzi, secondo lo studioso, il cibo del

territorio era spesso vissuto come un limite, una costrizione geografica che inevitabilmente aveva il sapore di una costrizione sociale, ma che ad ogni modo garantiva una certa sicurezza alimentare (Flandrin, Montanari 1996: 702).

I contadini avevano come metro di paragone le classi sociali dominanti, le quali sembrano avere adottato lo slogan: “solo l’uomo comune si accontenta dei cibi che può offrire il paese” come scrisse Cassiodoro, nell’Italia Gotica del sesto secolo dopo Cristo, per conto di re Teodorico. Difatti l’obiettivo del gastronomo dell’epoca non era assolutamente quello di immergersi in una determinata cultura attraverso l’esperienza culinaria territoriale, ma di accumulare sulla sua tavola tutte le esperienze possibili, tutti i territori possibili insieme, in una sorta di grande banchetto universale. La moda dell’epoca prevedeva il superamento della dimensione locale, oltrepassare il territorio era segno di prestigio sociale. L’esatto opposto di quello che fanno oggi, le persone facenti parte degli strati sociali più abbienti, che vanno di fattoria in fattoria in cerca dei prodotti locali più pregiati, dando così vita ad un mercato di nicchia, che in ogni caso rimarca, attraverso una prassi lontana da quella dei secoli precedenti, una distinzione sociale nell’approvvigionamento degli alimenti. Mentre nel Medioevo, il mercato di Bologna e quello di Milano balzavano alle cronache non perché vi si trovavano cibi locali, ma per la loro capacità di essere luoghi di scambio inter-territoriali, inter-regionali, internazionali.

Un simile modello alimentare di riferimento portò ad una cucina tendenzialmente universale che all’epoca era facile ritrovare in tutti i paesi europei, ad esempio risulta evidente l’affinità di gusti e sapori fra le ricette dei libri italiani e quelle d’oltralpe. Insomma, fino a tempi molto recenti, i piatti e i prodotti locali non avevano lo scopo di valorizzare le cucine del territorio, chi “mangiava geografico” non sembrava farlo per scelta ma per necessità. Quello che, sempre Montanari, chiama il “gusto della geografia” dunque non appartiene ad un passato atavico, idilliaco. Solo nel corso degli ultimi due secoli una vera e propria mutazione culturale, lenta e farraginoso, ha cominciato a rovesciare il criterio di valutazione riguardo il consumo dei prodotti locali e dei piatti che nascevano dalla loro trasformazione in cucina (Montanari 2006: 114).

Ha aiutato nel passaggio concettuale, il momento dello sviluppo delle cucine che oggi chiamiamo “regionali”, la cui nascita non bisogna spostare troppo in là nel

passato richiamandosi ad archetipi storici che non sono mai esistiti. La loro codificazione avviene, infatti, solo nel diciannovesimo secolo, durante il periodo dell'industrializzazione. Questo non è un paradosso, perché proprio l'avvio del processo di omologazione, conseguenza della mondializzazione dei mercati e dei modelli alimentari ha provocato una nuova attenzione alle culture locali, e quindi ha favorito, per alcuni il consolidamento, per altri l'invenzione, di quei sistemi che sono passati alla storia come cucine regionali. Certo, usare il termine invenzione è forse un azzardo, in quanto le differenze locali sono sempre esistite, però rende bene l'idea secondo la quale, la territorialità come nozione e come dato positivo è per l'appunto una novità molto recente.

Se oggi il territorio costituisce un valore di riferimento assoluto nelle scelte alimentari, è necessario capire il perché di una tale inversione di tendenza:

si tratta di una reazione legittima?

L'angoscia alimentare partorita dallo sviluppo dell'industria alimentare e dalla connessa omologazione dei consumi, sembra avere generato un fenomeno che può essere chiamato, come si è visto in precedenza, non troppo correttamente "riscoperta" delle radici. L'industria del cibo ha permesso di realizzare l'antico desiderio di abbondanza alimentare delle classi contadine, e democraticamente allora il cibo sembrava alla portata di tutti. Era reale la possibilità di consumare ogni cosa e di annullare le differenze regionali. Ciò ha però scatenato per reazione, una ricerca delle tradizioni locali da cui prima ci si voleva allontanare. È molto interessante notare che tutt'oggi il marketing dell'industria alimentare si è con successo inserito in queste dinamiche, che probabilmente in modo non del tutto appropriato si possono definire nostalgiche, infatti molti prodotti vengono reclamizzati facendo riferimento all'esigenza di recupero di un immaginario contadino, con il richiamo ai valori sani, propri delle società povere, dunque politicamente corretti, del passato. È un paradosso che il cibo di territorio, e ancor di più la ricerca del carattere stagionale degli alimenti siano diventati valori alti, moralmente positivi, proprio nel momento in cui le multinazionali del cibo rendevano concreto, sugli scaffali dei centri della grande distribuzione, il sogno dell'abbondanza a portata di operaio, e quello dell'agognato banchetto universale aperto finalmente ai palati delle casalinghe.

Nel Medioevo non si poteva pensare a un cibo di territorio perché quella di territorio era una nozione che annullava, indebolendole, le differenze sociali. Celebrare il concetto di territorio perciò, culturalmente, sta a significare il superamento di pensare il cibo come strumento della differenziazione sociale. Dalla riflessione degli storici, si deduce che anche, e soprattutto, per questo motivo il concetto di cucina di territorio non può essere molto antico. Sembra comunque permanere, a dire il vero, un utilizzo dei consumi alimentari come mezzo di differenziazione, non più solamente tra ricchi e poveri, in senso quindi socio-economico, ma tra consumatori critici e clienti della grande distribuzione. Dalle riflessioni fatte, emerge una curiosa sincronia tra la genesi di quella che si è provato a definire angoscia alimentare e la necessità di radicamento che si esprime attraverso il modello alimentare del “mangiare geografico”. Parlare di causa-effetto sarebbe troppo semplicistico, sullo sfondo dei due atteggiamenti c’è, però, sicuramente l’affermazione nei paesi occidentali di un nuovo soggetto economico: l’industria alimentare.

1.5

PERCHE’ “MANGIARE GEOGRAFICO”

*Un paese ci vuole, non fosse che per il gusto di andarsene via.
Un paese vuol dire non essere soli, sapere che nella gente, nelle piante, nella terra
c’è qualcosa di tuo, che quando non ci sei resta ad aspettarti.*

Cesare Pavese

La tesi di fondo che si propone al lettore è che le nuove pratiche (si veda l’ultimo capitolo) incoraggianti il mangiare geografico, non siano soltanto una moda ma al

contrario una necessità. Mentre in un mondo effettivamente frazionato e belligerante come quello antico e medievale, l'aspirazione era quella di costruire un modello di consumo universale in cui chi poteva permetterselo si potesse riconoscere. Oggi, nella prospettiva del villaggio globale che contraddistingue la nostra epoca, al contrario, si affermano i valori del locale.

Il locale in generale, il discorso sul cibo locale in particolare, assumono un valore nuovo, l'elogio delle diversità territoriali e la difesa delle identità culturali non devono perciò apparire come tematiche appartenenti ad una retorica passatista e retrograda. Tutto il contrario!

Appartengono al presente e soprattutto al futuro, riguardano una conquista recente, ancora in via di consolidamento. La promozione della cultura gastronomica locale non può essere etichettata come "operazione nostalgia", le radici del modello alimentare del "mangiare geografico" affondano nel presente, e i suoi frutti si vedranno più nitidamente probabilmente tra alcuni decenni.

L'industria alimentare era probabilmente convinta di avere vita più facile nella creazione di un nuovo universalismo, non più elitario ma di massa, per mezzo dell'espansione sociale della globalizzazione, che una volta coinvolgeva uno strato sottilissimo della popolazione (gli aristocratici) e a poco a poco si è allargata a fasce più ampie, la piccola borghesia nell'Ottocento, l'intera popolazione nel corso del Novecento.

Ma se è vero che qualcosa di questo universalismo si ritrova in certi tipi di cucina di alcuni ristoranti per le *élites*, che si rifanno appunto al modello del *worldfood*, il cibo globale. È altrettanto vero, che anche l'alta cucina europea, riconosciuta dalle più importanti guide gastronomiche, tende ormai a seguire il modello del "mangiare geografico", inserendo nei propri menù proposte di degustazione regionali o addirittura locali (con riferimenti alle tradizioni gastronomiche cittadine).

Bisogna poi sottolineare che l'industria alimentare ha avuto dei problemi di affermazione anche sul "suo terreno", infatti all'interno delle corsie dei grandi supermercati fatica a dispiegarsi l'ondata di globalismo radicale.

Per fare un esempio, la stessa Coca-Cola, simbolo per eccellenza dell'omologazione dei gusti, non ha dappertutto il medesimo sapore, ma viene adeguatamente adattata a quelli che le indagini di mercato riescono a individuare come gusti specifici in

determinate regioni (Montanari 2006: 122). Se la tendenza sarà confermata, sorridendo viene da pensare che le grandi *corporations* del cibo saranno costrette ad avvalersi delle consulenze degli antropologi, in futuro, se vorranno sfondare in determinati mercati, ad esempio africani, dove l'identità alimentare tradizionale è più forte che altrove.

Un altro esempio che merita di essere citato riguarda le strategie di mercato di McDonald's, che sono mutate nel tempo, infatti dopo avere esportato in tutto il mondo hamburger e bocconcini di pollo in serie, la direzione manageriale del colosso americano si è accorta che avrebbe pagato di più modificare questa logica. Oggi, McDonald's propone un'offerta improntata ad una sensibile diversificazione, l'hamburger consumato a Città del Messico non è lo stesso di quello che si mangia all'aeroporto di Tel Aviv. Addirittura, recenti campagne pubblicitarie in Italia, tendono ad accreditare il marchio con una veste locale o perlomeno nazionale, l'uso della fontina piemontese o del parmigiano reggiano in alcuni panini è indicativo che anche la catena di fast-food più famosa al mondo deve confrontarsi con la nuova richiesta di "mangiare geografico". Le diversità, anche nell'offerta gastronomica più vicina all'industria alimentare, non sembrano dunque destinate a scomparire del tutto, ma semmai ad accentuarsi nel contesto generale della globalizzazione, in modo caricaturale nel caso di McDonald's, in modo più credibile in altre situazioni come ad esempio nel caso della cucina d'autore, che ha riempito di nuovi significati l'attenzione alla scoperta, riscoperta, invenzione delle identità alimentari.

È evidente che l'economia capitalista, intorno all'alimentazione, ha difficoltà nel fare *tabula rasa* dei comportamenti alimentari che si sono costituiti nel corso dei secoli, anche se il tentativo è tutt'altro che cessato, infatti le operazioni pubblicitarie rivolte ai consumatori più piccoli, i bambini, sono sempre più pressanti e in alcuni casi hanno scatenato delle proteste.

Il "mangiare geografico" sembra essere l'antidoto all'omologazione dei modelli di consumo di cibo che, nonostante gli esempi citati, tendono sempre più a rassomigliarsi. Il riferimento al territorio come novità gastronomica del nostro tempo sembra permettere di scongiurare, o almeno allontanare nel tempo, una definitiva "normalizzazione" dei comportamenti alimentari. Se qualche decennio fa il

pronostico per il futuro dell'alimentazione poteva essere quello dell'affermazione di un modello alimentare unico, oggi all'orizzonte si intravedono altre possibilità.

La globalizzazione, e la risposta (termine da preferire a reazione) ad essa messa in campo, potrebbero portare alla costruzione di una rete globale, la cui struttura non deve essere considerata sostenuta dalle maglie della rete, cioè le diramazioni transnazionali, le interconnessioni, ma dai nodi, ossia dalle realtà locali, dai punti di connessione, che nel caso del cibo sono i paesaggi alimentari locali.

Sociologi e specialisti di marketing, hanno forse sotterrato troppo in fretta le analisi sulla capacità dell'uomo di pensare il cibo come strumento identitario?

Non essendo il richiamo al passato a fare da protagonista del mangiare locale, scegliere il locale non significa, a tutto tondo, scegliere la tradizione; è un processo che si basa su di una consapevolezza nuova, e per questo è poco visibile e di conseguenza difficilmente incasellabile in ragionamenti preconfezionati.

Arjun Appadurai parla del cibo come “un fatto sociale estremamente ricco”, una “forma particolarmente plastica di rappresentazione collettiva”: non si può non dare atto all'antropologo indiano di aver riassunto magistralmente, per di più in pochissime parole, ciò che si cerca qui di dire da diverse pagine. Nella nostra società, come in altre, il cibo è la chiave di lettura che permette di avvicinarsi alla comprensione delle dinamiche sociali, e nel nostro caso il “mangiare geografico” rappresenta, appunto, una formula particolarmente plastica, non definita, in via di definizione, di rappresentazione delle pratiche della società (Appadurai 1981: 494). Il cibo, nel modello del “mangiare geografico”, anche solo un particolare prodotto della terra in sé, “ha un ruolo centrale nella creazione della comunità e non è difficile ricordare una serie di luoghi comuni in cui il riferimento alla dieta viene utilizzato per stigmatizzare o celebrare immagini diverse in diverse identità collettive. Le abitudini alimentari contribuiscono a stabilizzare quei confini tangibili e quelle molteplici differenze simboliche che strutturano lo spazio sociale”, è noto, ad esempio, che “le appartenenze nazionali ed anche le distinzioni etniche tendono a consolidarsi attraverso la cucina” (Sassatelli 2004: 478). Che il “mangiare geografico”, prelude ad una situazione nuova che mira a sancire una imprevista coesione sociale è presto per dirlo, certo è che il riferimento a un preciso panorama

di alimenti e l'assunzione comune di questi a livello locale potrebbe essere preludio di una inedita fusione sociale dei singoli in più gruppi comunitari, lasciando quindi il progetto del villaggio globale sullo sfondo. Il cibo è spesso un metodo simbolico per sottolineare la propria appartenenza, un esempio su tutti può essere la difesa dei cibi e delle preparazioni tradizionali da parte degli emigranti, che rappresenta bene la funzione identificativa e di costruzione simbolica intrinseca nel rapporto con il cibo. Se la mondializzazione dei mercati alimentari tende a tagliare i legami tra il prodotto e il territorio, disconnettendo il cibo dal suo più immediato *milieu* ambientale e culturale, le pratiche del “mangiare geografico” tentano una resistenza, una lotta ben visibile nella cucina contemporanea, che in maniera quasi didascalica, ci mostra l'intrecciarsi di globalizzazione e localizzazione, presa com'è tra globale da una parte e locale dall'altra. Ed è proprio tra i fornelli che la cucina, luogo di riproduzione dell'ordine socio-economico, può caricarsi di valenze anti-egemoniche come nei casi in cui vengono messe in atto delle iniziative alimentari alternative, come si intendono essere il “mangiare geografico” e le prassi che lo costruiscono. Questioni di respiro globale vengono portate sulla nostra tavola, nei nostri piatti, sta a noi interpretarle, nel capitolo seguente si proverà a scavare nel rapporto tra cibo e territorio.

CAPITOLO II

Su 10.000 specie vegetali adatte all'alimentazione umana, se ne commercializzano 150.

E se queste 150 specie contribuiscono col 60% all'alimentazione dell'uomo,

le altre 9.850 specie che fine fanno?

Sono il cibo delle popolazioni indigene.

Allora penso che il problema della sovranità alimentare sia prima di tutto

un problema d'identità alimentare.

José Esquinas-Alcazar

Il mangiare, il cibarsi, il nutrirsi sono pratiche costitutive del processo di abitazione di un determinato luogo. L'affermazione non dovrebbe sorprendere, in quanto per molto tempo il rapporto tra l'uomo e il suo ambiente è stato sancito, soprattutto, dal consumo alimentare dei prodotti del territorio in cui viveva. Mangiare è così una declinazione dell'abitare, contribuisce a rendere uno spazio, luogo. Se la globalizzazione ha alterato i rapporti tra cibo e territorio, l'industrializzazione è sul punto di abolirli del tutto separando il consumatore alimentare dal suo universo bio-culturale. Ciò oltre ad aver modificato i modi di vita, ha soprattutto modificato in profondità i legami che uniscono chi mangia al cibo. Per di più, l'inarrestabile movimento di urbanizzazione, che tende a svuotare le campagne gonfiando a dismisura i contesti urbani, separa letteralmente l'alimento dal suo universo di produzione: conferendo al cibo un mero statuto di mercato che produce l'annullamento nelle persone di qualsivoglia radicamento al territorio. Infatti, l'industria alimentare riveste di una visione economicistica il rapporto con il cibo, l'alimento diventa un poco alla volta una semplice merce, e di conseguenza, in funzione complementare, la grande distribuzione fabbrica la figura del consumatore alimentare.

Che la nuova linea di condotta proposta dai sostenitori del "mangiare geografico" sia la presa d'atto di questa deriva, sembra naturale pensarlo. Chi si richiama alla

necessità politica di consumare cibo locale, denuncia le conseguenze della perdita di contatto con la filiera produttiva, dove l'alimento diventa un semplice oggetto di consumo gestito dai responsabili vendite delle multinazionali e dagli esperti della strategia di mercato. La ricerca del legame con il territorio, inteso nel senso stretto di terra che offre i suoi frutti, non riconosce nel cibo in abbondanza sugli scaffali dei supermercati, un valore in sé, una conquista della civiltà, anzi, la considera come generatrice di ansie. Infatti, il cibo industrializzato solleva domande che possono ben presto trasformarsi in fonti d'ansia: "da dove viene? Che trasformazioni ha subito? Da chi è stato manipolato?" (Poulain 2008: 37)

Il rapporto con il cibo risulta de-teritorializzato non solo per quanto concerne la produzione del cibo e la distribuzione del cibo. Anche la trasformazione, che aveva come luogo privilegiato la cucina di casa, il focolare domestico, ha subito nell'ultimo mezzo secolo sconvolgimenti impensabili. Basti pensare alla preparazione degli alimenti, operazione avvertita come compito casalingo femminile per eccellenza, almeno nella vecchia Europa, che dà oggi l'impressione di essere attaccata su più fronti da attività esterne alla sfera domestica: dai supermercati con la proposta, sempre in aumento, di cibi pronti; dalla consegna a domicilio che assorbe il tempo della lavorazione in cucina in una semplice telefonata; dal settore della ristorazione che si propone in un modo sempre più variegato (Sigaut 1993). In questa contrazione del tempo speso in cucina, l'industria alimentare trova una delle sue principali sacche di sviluppo economico. Il trasferimento delle attività di trasformazione del cibo dall'ambito domestico a quello commerciale porta alla, più o meno inconsapevole, delega di compiti che tradizionalmente sono stati sotto il dominio della figura femminile. L'industria del cibo sembra aver stretto una buona alleanza congiunturale con il processo di emancipazione della donna, di cui la riduzione del tempo dedicato alla casa è stato, ed è, uno dei presupposti teorici della contestazione femminista.

L'alimento si è de-teritorializzato, il consumo de-socializzato, il supermercato è la nuova fucina delle consuetudini alimentari e costringe il singolo individuo a decisioni in passato assunte dal gruppo, conferendo a chi mangia un'inedita autonomia nelle scelte:

“Il mangiatore moderno “deve” effettuare delle scelte: l’alimentazione è diventata oggetto di decisioni quotidiane e queste decisioni hanno finito con il rientrare nella sfera dell’individuo” (Fischler 1992: 164).

L’alimentazione è diventata una scelta, si può scegliere quindi in quale modo è possibile stabilire diversi contatti con il cibo. Pensare il cibo come principio generatore di identità territoriale in un discorso più ampio sul “farsi parte” di un luogo, è una delle scelte più interessanti a disposizione del consumatore alimentare contemporaneo, e per questo merita una particolare attenzione. Si vedranno più avanti le declinazioni politiche specifiche di queste pratiche, prendendo in esame il caso più significativo, quello dell’associazione internazionale Slow Food. In questo capitolo invece, si effettua il tentativo intellettuale di cogliere il senso del verbo “Abitare” coniugato alla tematica alimentare.

2.1

PER UN'ANTROPOLOGIA DELL' "ABITARE MANGIANDO"

*L'anima, dice, è composta
dal mondo esterno*

*Ci sono uomini dell'est, dice,
che sono l'est.
Ci sono uomini di una provincia
Che sono quella provincia.
Ci sono uomini di una valle
che sono quella valle*

*Ci sono uomini le cui parole
sono come i suoni naturali
dei loro luoghi
come lo schiamazzare dei tucani
nel luogo dei tucani*

*Il mandolino è lo strumento
di un luogo*

*Ci sono mandolini dei monti occidentali?
Ci sono mandolini del chiaro di luna settentrionale?*

*Il vestito di una donna di Lhasa,
nel suo luogo
è un elemento invisibile di quel luogo
reso visibile.*

Wallace Stevens
Aneddoto di uomini a migliaia

I versi riportati restituiscono in modo poetico il senso nascosto che riempie l'azione dell'abitare un territorio. L'autore è lapidario nel primo verso quando dice che l'anima è composta dal mondo esterno, lontano dal più stupido dei determinismi ambientali, con serietà, sottolinea un fatto probabilmente incontrovertibile: l'uomo si forma nelle relazioni che instaura con l'ambiente in cui vive. Ma non è a questa considerazione che bisogna fermarsi, infatti, come dice bene l'antropologo-urbanista

Franco La Cecla, allo stesso tempo il “fare proprio un posto” è un tipico “lavoro umano”. Non ci si improvvisa, quindi, montanari o gente di mare, come non ci si improvvisa calabresi o bretoni. L’ambientamento è una costruzione culturale che non si inventa in una generazione come del resto accade per una lingua o un idioma (La Cecla 1993: 40).

Parte fondamentale dell’ambientamento è il rapporto con il cibo del territorio che si abita, proprio perché simbolicamente, attraverso un gesto fisico, si incorpora nella carne quel territorio. Benché il mondo contemporaneo inviti a comportamenti “a-geografici”, basti pensare al mondo di internet nella forma dei social-network, ancora oggi il verbo abitare fatica ad affermarsi in astratto, perché si abita sempre un luogo reale, concreto. Sono le pratiche che costruiscono il significato del verbo “Abitare”. Nell’abitante, cioè in colui che abita, avviene la trasformazione dello spazio in luogo e la geografia si rende così visibile nella cultura, che è il mezzo proprio degli uomini per concretizzare la propria presenza nel mondo.

La perdita di “indigenicità” a cui ha portato la globalizzazione, si è già visto nel capitolo precedente, ha investito anche la sfera dell’alimentazione, il modello del mercato globale tende a negare le specificità geografiche, ad esempio cancellando giorno per giorno dal vocabolario il termine sussistenza. È una parola molto affascinante, oggi spesso fraintesa e ridicolizzata perché ricondotta a periodi di povertà o, peggio, a utopie strampalate, ma in realtà contiene significati profondi, se vogliamo, spirituali. “Vivere di un luogo” come risorsa primaria per un gruppo di persone, questo è il senso più autentico del termine:

“Abitare, per una comunità insediata, significa adattarsi ad un luogo scelto, usarne le risorse, organizzarne lo spazio al fine di costruire un’economia dei beni e simbolica. Organizzarsi in un luogo significa adoperarne attentamente le minime sfumature, ogni caratteristica e presenza, elementi marini e terrestri, sedimenti materiali e culturali” (La Cecla 1993: 88-89).

Se, dunque, abitare nel suo senso di “fare sussistenza”, è costituito su quell’insieme di pratiche che permettono di vivere di un luogo, e se le pratiche

alimentari ne sono il doveroso presupposto: il nuovo modello del “mangiare geografico” ne è la sua espressione contemporanea?

Attribuire significato ai luoghi per mezzo del cibo, all’inizio di quello che si prospetta essere il secolo cibernetico, è un’operazione che permette radicamento, permette una conquista dell’abilità di ambientamento. Scaccia quella che De Martino definiva “angoscia territoriale” (De Martino 2008).

Concepire il cibarsi localmente come una sorta di *escamotage* esistenziale, è una tesi ardita ma forse non del tutto campata in aria. “Fare mente locale”, è la facoltà che permette di vivere meglio lo spazio, di dare al mondo un aspetto meno spersonalizzato e quindi più gestibile, e infine, di ricucire un rapporto sempre più problematico tra uomo e ambiente. Il salto cognitivo più stimolante di questo ragionamento infatti sta proprio nella conseguenza ontologica dell’ “abitare mangiando”: l’uomo riconosce sé stesso nel suo ambiente lasciandosi alle spalle così la secolare opposizione tra natura e cultura, divenuta imbarazzante dalla rivoluzione industriale in poi.

Abitare, come si è percepito, è una parola densa di significati su cui è utile riflettere. Senza remore di smentita si può affermare che “Abitare” è la radice della condizione umana (Fiorani 2012: 7). Il processo di territorializzazione, il fare proprio un territorio, è l’istanza antropologica per eccellenza, e in un mondo sempre più deterritorializzato dai flussi di denaro e di persone, sembra essere diventata un’istanza problematica. Non si tratta solo di occupare uno spazio ma di trovare un posto dove vivere socialmente, dove essere parte di qualcosa. Infatti: “il Sé, come l’esserci, e lo spazio come luogo, si costruiscono nello stesso atto dell’abitare e vanno pensati insieme” (Sobrero 2011: 26).

“Abitare mangiando” colloca, localizza, aiuta l’abitante ad abitare, oggi più di ieri, perché oggi, il senso del luogo è messo in discussione da dinamiche incontrollabili da parte dei dispositivi culturali delle comunità locali. L’abitare deriva dalla nostra fisicità, dallo stare al mondo con il nostro corpo, l’alimentazione è un aspetto centrale di questo fenomeno.

Dare un gusto all'abitare sembra essere una necessità del nostro tempo, necessità spesso inconsapevole: non si vuole qui affermare, infatti, che quando si parla di "mangiare geografico" ci si riferisce ad una consapevolezza ideologica netta e esplicita, molte delle volte non è così, solo in alcuni casi ci troviamo di fronte dei veri e propri militanti del "mangiare geografico" (ad esempio i soci del movimento internazionale Slow Food o gli attivisti delle reti alimentari alternative).

2.2

TERRITORIALITÀ SIGNIFICA RELAZIONI

È necessario accettare l'ipotesi che il concetto di territorialità abbia a che fare con le relazioni, anzi, che la territorialità stessa possa essere intesa come un campo relazionale, per comprendere quali significati possa assumere il cibo in questo discorso. Persone e luoghi, dunque, sorgono insieme nelle pratiche sociali, la cultura si configura, perciò, come relazionale e contestuale.

Il contesto, il luogo che si abita, si identifica come risultato della somma di tre condizioni:

- il *setting* fisico, cioè il come è fatto fisicamente il luogo;
- le pratiche, cioè il pacchetto di azioni che quotidianamente vi si svolgono;
- le percezioni e rappresentazioni, cioè le narrazioni sul luogo da parte di chi lo vive.

Il luogo, lo spazio che ha conosciuto l'agire umano, nasce dalla saldatura di questi tre elementi (Ligi 2012, appunti). È importante sottolineare, quindi, che la realtà fuori di noi non è un *set* in cui recitiamo le nostre relazioni, ma all'esatto contrario è il nostro mondo che sorge a partire dalle nostre relazioni, formando quell'enigmatico rapporto "Io-Mondo". La territorialità non è un'immagine geografica anonima, non è uno

screensaver che possiamo sostituire a piacimento, la territorialità è il rapporto reciproco tra l'uomo e l'ambiente in cui vive.

Ma cosa scaturisce da questo rapporto ancestrale?

La territorialità intesa come campo relazionale, permette di parlare di "Paesaggio". Il paesaggio, negli studi più aggiornati che mirano a comprendere le rappresentazioni che le persone fanno del loro ambiente non per come esso è, ma per come lo sentono, è il prodotto dell'unione tra una struttura fisica concreta e una struttura di sentimento (Massey 1994). Così i luoghi assumono uno spessore, una densità emozionale che sedimentata si fa storia locale, storia del posto; questo modo di approcciarsi allo studio del paesaggio conferendogli uno spessore culturale chiarisce che i luoghi non sono mai dei punti neutri di un reticolo geografico globale, come si tende a pensare oggi, ma nodi significativi di un tessuto di micro-esperienze che gli uomini fanno in continua relazione con lo spazio che abitano.

Mangiare è parte importante di queste micro-esperienze, un'esperienza obbligata da necessità fisiologiche ma caricata di significati che vanno ben oltre il nutrimento del corpo, riconoscendosi in una relazione carnale con il luogo. L'idea di fondo potrebbe essere quella che guarda il rapporto che stringe una comunità umana al proprio ambiente, come un rapporto di interlocuzione, perché abitare è un'interazione che si erge su un paesaggio di pratiche, di cui le pratiche del cibo dipingono i contorni, oltre a esserne, secondo l'idea che qui si cerca di portare avanti, le fondamenta.

Nel periodo storico attuale, dove il globale è fatto di rappresentazioni mediatiche, che non solo rappresentano ma in qualche modo creano la realtà, il locale sembra essere esperienza personale e quotidiana, una realtà opaca che sta all'antropologo, attraverso una serie di letture interpretative, rendere più lucida.

Dovrebbe essere compito degli studiosi, infatti, capire che nella crisi di sistema che stiamo attraversando è in atto una dinamica di recupero della relazione dell'uomo con il suo *habitat*. L'intellettuale oggi dovrebbe imparare a chiedersi perché le persone fanno sempre più "mente locale", cioè concentrano sé stessi su di un luogo particolare, quello dove sono nati o dove hanno scelto di abitare (La Cecla 1993: 47), rifuggendo in qualche modo dagli spazi aperti del globale.

Fare “mente locale” sul cibo è uno degli aspetti più rilevanti della conversione al locale.

2.3

LA “CONTRORIFORMA” ALIMENTARE

Si propone di considerare la scelta di cibo locale come una sorta di “controriforma alimentare” da opporre al mito anglosassone del *fast-food* e dell’industria alimentare (Teti 1999). Il cibo locale, e quindi il modello alimentare del “mangiare geografico”, rappresentano una via d’uscita dal processo di impoverimento gastronomico in atto. Non solo, mangiare cibo locale oggi significa infatti sempre di più tutelare le bio-diversità dei territori, che rischiano altrimenti di sparire sotto la politica di standardizzazione degli alimenti messa in opera dalle multinazionali del cibo, dalla ristorazione industriale e dalla grande distribuzione. Strettamente collegate a ciò, dunque, sono le tematiche ambientaliste che mirano a ristabilire la salute generale del pianeta, ad esempio dando il loro contributo favorevole al processo di ri-territorializzazione degli alimenti, come strumento necessario alla riduzione delle emanazioni di monossido di carbonio, causate dai trasporti su lunghe distanze, incoraggiati dal mercato globale. La proposta delle filiere corte, inoltre, sarebbe in grado di incidere vantaggiosamente sulla dinamica dei prezzi degli alimenti, rendendoli più vantaggiosi.

Come si sarà notato, i discorsi che ruotano intorno al mangiare territoriale investono gli alimenti di forti significati sociali che diventano politici. “Gli alimenti” nel “mangiare geografico”, diventano oggetti di investimento simbolico al punto da creare delle associazioni molto forti tra ciò che si mangia e le differenti forme di identità del consumatore, per questo:

“da ciò che si mangia, da quanto si mangia, da dove si mangia e da come si mangia, ciascuno comunica di sé, e comprende dell’altro, ciò che più intimamente lo riguarda. Comunica cioè, prima ancora e senza il bisogno di esibire qualsiasi documento di identificazione, da quale territorio si provenga.” (Di Renzo 2009: 11)

Il cibo viene ricoperto di valori e significati extra-nutrizionali che hanno come tema l’identità territoriale, andando a costruire una componente sovrastrutturale al cibo che, ad esempio, si sviluppa nei discorsi sul cibo locale come patrimonio da difendere o risorsa da sfruttare. Questi processi a cavallo tra politica e gastronomia, fanno sì che spesso singoli alimenti in base a talune loro caratteristiche come il sapore, l’aspetto e in alcuni casi la scarsa disponibilità sul mercato concentrino su di sé delle qualità sociali, come se gli oggetti alimentari diventassero espressione del paesaggio culturale locale, una sua ipostasi culinaria. Il cibo diventa simbolo di un territorio e delle persone di quel territorio.

Ma attenzione però, perché quando un cibo locale viene “spostato”, cioè perde l’ancoraggio originario al suo territorio, ad esempio per fini commerciali, l’alimento-simbolo spesso muta di significato. Quasi a confermare che sono i consumatori a creare le strutture simboliche: il consumatore locale percepisce il suo cibo in un modo, il consumatore globale in un altro.

Interessante è raccontare ad esempio quello che è avvenuto per il caviale, uova di storione sottoposte a particolari lavorazioni, che da normale sostentamento per pescatori poveri quale era nelle sue zone geografiche di maggior produzione, si faccia riferimento ai freddi mari della Russia, è diventato nell’esportazione commerciale alimento pregiato, marcatore di agiatezza economica e raffinatezza di gusti, subendo un lungo processo di “aristocratizzazione” che gli attribuiva via-via significati sempre più lontani da quelli che aveva localmente, significati che erano stati “creati” a bordo dei pescherecci e vissuti la mattina presto sui moli ricoperti di ghiaccio. Infatti:

“Mentre ai nostri tempi il caviale rappresenta un vero *status symbol* per chi siede al ristorante di lusso, nell’antichità era semplicemente il cibo base dei pescatori, che lo estraevano dalla pancia dello storione femmina prima di vendere il resto... solo a partire dagli inizi del XX secolo, e in Francia, il caviale incontrò il favore dei *viveurs* del tempo, entusiasti di tutto ciò che fosse raro e soprattutto “caro”. Ma la gente comune non trovò il caviale così tanto gustoso tant’è che all’Esposizione Gastronomica del Grand Palais, dove si faceva gustare gratis il caviale, gli organizzatori si videro costretti ad installare delle sputacchiere dinanzi allo stand che ne offriva l’assaggio.” (Sterpellone 2008: 88-89)

Il caviale è stato quindi sottoposto a quello che può essere definito un processo di ri-semantizzazione, un determinato cibo quando viene “spostato” dal suo paesaggio alimentare (*Foodscape*), sempre subisce una o più ri-significazioni. Ciò è avvenuto per molti alimenti, come ad esempio, per citarne alcuni, il caffè, le ostriche e il vino. E avviene tutt’ora, ad esempio nel caso di alcune varietà di cereali e delle preparazioni che li hanno come protagonisti: il farro, l’orzo e addirittura il miglio sono diventati prodotti di nicchia per consumatori attenti alla salute. Da ingredienti poveri, “riempi-stomaco”, simbolo dei contadini europei, a ricercatezza “neo-salutista”: i simboli cambiano di significato, a seconda del significato che gli viene attribuito.

Si è letto, tra le righe precedenti, che il cibo fuoriuscendo da un discorso strettamente nutrizionale può dare filo da torcere a sociologi e antropologi, perché non solo incarna un fatto appartenente alla sfera dei valori sociali, economici e produttivi di specifiche comunità umane, ma si colloca anche a pieno titolo nella sfera simbolico-comunicativa. I cibi parlano così di chi li mangia. In altri termini, si può sostenere che il cibo si “ipersignifica” (Di Renzo 2009), diventando un emblema segnico-comunicativo del rapporto dell’uomo con il territorio, il cibo, in altre parole si ammanta di territorialità.

È quindi permesso affermare che la connessione cibo-territorio rechi impresa una delle più evidenti prove degli interventi culturalizzanti operati dall'uomo sulla sfera dell'alimentazione. Questo è avvenuto, come si vedrà più avanti, mediante meccanismi denominativi e identificativi (ad esempio, solo per rimanere in Toscana: il Chianti, la Fiorentina) e attraverso le prassi normative messe in atto nei procedimenti di tutela qualitativa degli alimenti, infine, poi, con l'ottimizzazione dei metodi produttivi localmente escogitati. Questi elementi si coniugano, inoltre, sempre più ai concetti di tradizione, memoria e identità che generano uno sviluppo più deciso del processo di intensificazione simbolica, che quando riesce del tutto arriva a compenetrarsi con la sfera delle appartenenze etniche provocando addirittura la nascita di "gastrocentrismi", cioè visioni di sé stessi e dell'"Altro" attraverso i discorsi sul cibo locale (Teti 1999). L'etnocentrismo si traduce così in gastrocentrismo, il cibo diventa un elemento che avvicina o che crea separazioni e distanze. In qualche modo autocelebra la propria unicità, si inverte la propria identità etnica radicalizzando le forme dell'alterità, spesso, infatti, l'esclusivismo culturale si basa su pregiudizi di ordine alimentare. Il modo di mangiare demarca le popolazioni forse ancor di più del modo di vestire, solo come la lingua e la religione sanno fare. Tutto ciò in molti casi viene riassunto in epiteti sbeffeggianti, etnici, nel caso dei cinematografici "cinesi mangiariso", "irlandesi mangiapatate", oppure regionali, "veneti polentoni", cittadini, "vicentini *magnagati*", e addirittura nel caso di una zona urbana di Verona, di quartiere: "borgo-trentini bondolari"⁶.

Si può parlare, in certi casi, di "totemismo alimentare"!??

La risposta è affermativa, il fenomeno negli ultimi decenni è in grande crescita, ed è uno dei presupposti che regge il modello dell'"Abitare mangiando", e di conseguenza del "mangiare geografico". L'alimentazione umana non può essere esaminata esclusivamente da un *coté* biologico, perché frutto di scelte che si radicano nella storia e, appunto, nella cultura delle diverse comunità umane, essa rivela la sua vera "natura": è un insieme di risposte culturali a bisogni naturali. Nel mondo globalizzato l'affermazione del "totemismo alimentare", ne è esempio concreto in

⁶ Quartiere di Verona abitato in passato da persone di estrazione piccolo-borghese che, pur di apparire più benestanti di quello che in realtà erano, rinunciavano a spendere soldi per il cibo consumando principalmente semplice mortadella (bondola).

chiave anti-omologante e identitaria, chiamando in causa determinanti di varia natura: politiche, filosofiche ed esistenziali (come si è già scritto). È una dinamica che va analizzata con dovuta serietà perché si manifesta in una moltitudine di modalità, se ne citeranno qui solo alcune: con la costituzione di marchi e di consorzi di tutela per quanto riguarda il livello istituzionale, con l'allestimento di imponenti gastro-liturgie di piazza per il livello popolare (si pensi a cosa è diventata la "Fiera del riso" di Isola della Scala in provincia di Verona), e con riflessioni metapolitiche, che trattano ad esempio i temi della biodiversità culturale e della sovranità alimentare, per quanto riguarda il livello "militante", composto da persone particolarmente sensibili al tema, i cosiddetti consumatori riflessivi. Tutti questi livelli di lettura, contribuiscono a nutrire il fenomeno del totemismo del cibo locale, rovesciando la freudiana proibizione di nutrirsi di cibo totemico ne incitano la difesa attraverso il consumo, facendone una bandiera identitaria. Sì, perché il cibo appare imbevuto delle componenti socio-psicologiche della cultura e del territorio, lo dice bene Leon Rappaport: "Che ne siamo consapevoli o meno quando mangiamo stiamo inghiottendo non solo un determinato alimento, ma anche il concetto (la cultura, il territorio) che gli si accompagna" (Rappaport 2003: 40).

Al giorno d'oggi è importante rimarcare la forza di questi processi di semantizzazione del cibo locale, cogliendone anche il valore terapeutico. L'alterità in generale è sempre più vicina, quando si parla di alterità alimentare poi, parliamo di qualcosa che addirittura fagocitiamo, inglobiamo nel nostro corpo. Mass media, nuove tecnologie, globalizzazione, *new economy*: rendono l'interazione con l'alterità sempre meno gestibile perché annullano quella distanza, che era spaziale, era temporale e, non per ultimo, era socio-culturale, che permetteva un rapporto con la diversità, anche alimentare, più sereno, incorporandolo ad esempio nella "dimensione del viaggio", cioè dello scambio culturale più autentico. Il mondo contemporaneo, come scrisse l'antropologo americano più rappresentativo della seconda metà del Novecento, Clifford Geertz, è diventato così un enorme *collage*, una sorta di bazar dove è facile perdersi in un assemblaggio di diversità, in cui vivere la differenza risulta essere più complicato (Geertz 2000: 559).

L'inconsapevole necessità di costruire sé stessi in "neo-totemismi alimentari" attiva una nuova "personalità etnica" che aiuta a superare le difficoltà di cui parla Geertz?

Le pratiche di quello che si è deciso di chiamare "mangiare geografico", cioè la territorialità che si fa corpo, possono curare, o meglio prevenire, la possibilità di cadere in una schizofrenia alimentare senza via d'uscita?

Più che un accenno di risposta si può scovare al termine del breve passo letterario riportato di seguito, dove Antoine de Saint-Exupéry, l'autore del "Piccolo Principe", alla terzultima riga sembra cogliere alla perfezione il punto:

"Il piccolo principe traversò il deserto e non incontrò che un fiore.

Un fiore a tre petali, un piccolo fiore da niente...

"Buon giorno" disse il piccolo principe.

"Buon giorno" disse il fiore.

"Dove sono gli uomini?" domandò gentilmente il piccolo principe.

Un giorno il fiore aveva visto passare una carovana:

*"**Gli uomini?** Ne esistono, credo sei o sette.*

Ma non si sa mai dove trovarli. Il vento li spinge qua e là.

***Non hanno radici e questo li imbarazza molto**".*

"Addio" disse il piccolo principe.

"Addio" disse il fiore".

(Capitolo XVIII)

Si capisce che "l'uomo non è semplicemente un mangiatore biologico, ma è soprattutto un consumatore-mangiatore simbolico e sociale" (Scarpi 2005: 17). Tutto ciò conferma le ipotesi che descrivono l'alimentazione umana come circondata e

pervasiva da funzioni secondarie, da vissuti psichici, da connotazioni simboliche e da valori e significati culturali, che inevitabilmente disegnano il comportamento alimentare. Scegliere cosa mangiare, allora probabilmente significa scegliere chi essere, scegliere il proprio totem: il cibo come espressione culturale, diventa, sul piano simbolico, uno strumento di mediazione tra l'uomo e il mondo (Lévi-Strauss 2004: 430). E, nel nostro caso, la scelta del cibo locale può essere interpretata come un sistema di mediazione culturale tra l'uomo che vive nel particolare e l'inafferrabile prospettiva universale dei flussi globali.

Perciò il cibo, in tutte le sue forme, dalla coltivazione all'allevamento, dall'approvvigionamento alla scelta della preparazione, diventa un mezzo per comunicare simboli, idee, credenze. Questi elementi, poi, si cristallizzano nelle tradizioni alimentari, conservando, riproducendo e difendendo l'identità e i confini territoriali all'interno dei quali il cibo in questione è un cibo "buono da mangiare" in quanto "buono da pensare".

"Mangiare è fare e dire al tempo stesso" (Niola 2009: 11). L'atto del cibarsi contiene un groviglio di significati, la gran parte dei quali sono sommersi dalla meccanica routine quotidiana. Poche volte ad esempio, si pensa a quanto lo spazio, il paesaggio, abbia un ruolo chiave nel connetterci a un cibo, determinato cibo evoca determinati spazi, e determinati spazi rimandano a determinate situazioni. Andrea Borghini, giovane professore universitario italiano negli Stati Uniti, raccontando un aneddoto a cui ha assistito direttamente rende perfettamente l'idea. Si trovava nella sua casa di studente, a New York, quando il suo coinquilino iracheno, in religioso silenzio, versa dell'acqua calda in un bicchiere, tira fuori un barattolo di latte in polvere, ne scioglie qualche cucchiaino nell'acqua e, dopo qualche sorso, dice: "lo so, è di pessima qualità. Ma mi riporta al cortile di casa mia, a Baghdad", quando c'era la guerra ero piccolo e il latte "vero" mancava.

Il cibo si connette ai luoghi, lontano da casa ne diventa l'immagine, ne evoca gli odori, la luce, le persone. La geografia aiuta a parlare di cibo.

Non è forse indicativo il fatto che quando si torna da un lungo periodo fuori casa, magari all'estero, la prima domanda che ogni mamma italiana che si rispetti fa al proprio figlio è: "cosa vuoi mangiare?"

Il legame cibo-luogo torna, inevitabilmente, a riproporsi prepotente.
Ricordandoci che quando non è il cibo, ma sono le persone a spostarsi,
l'alimentazione geograficamente rimossa, genera nostalgie.

CAPITOLO III

Il concetto di territorio condivide un tratto rilevante con quello di cultura, entrambi, infatti, sono prodotti dell'azione e del pensiero umano.

In questo capitolo ci si concentrerà sul modo in cui il territorio viene definito dai processi di patrimonializzazione. Questi sono perlopiù costruiti su operazioni ufficiali e istituzionalizzate, che stabiliscono i confini di un luogo attraverso determinate politiche del cibo. La funzione di queste iniziative ha il compito di colmare una mancanza della geografia, perché appunto se:

“lo spazio non possiede “naturalmente” quegli attributi che consentono all'uomo il “riconoscimento” di un ambiente familiare: questi vengono assegnati dal gruppo che stabilisce all'interno del “luogo antropologico”, limiti, confini, norme che ne regolano l'uso e impegnano l'individuo a rispettare gerarchie e leggi.” (Rami Ceci 2003: 29)

Gli attributi di cui parla Lucilla Rami Ceci non vengono negoziati solo a livello locale, ma a livello nazionale ed europeo e ciò, nei decenni, ha causato non pochi problemi:

Chi ha il diritto di stabilire lo *status* di un prodotto locale?

Chi può permettersi di stabilire i confini ufficiali della zona di produzione di un particolare alimento?

Infatti, queste sono questioni che in molti casi, inevitabilmente, portano le realtà locali a duri scontri con le istituzioni sovralocali e, in altre occasioni, a compromessi più che discutibili.

Tutto ruota intorno al concetto di patrimonio, alle sue possibili interpretazioni in quanto prodotto culturale, situazionale, non scevro di ambiguità e in continua evoluzione. Come approcciarsi al complesso di elementi materiali e immateriali peculiari ad un territorio, aventi origini più o meno lontane nel tempo, sembra essere

il problema in questione. La domanda è: come gestire la patrimonializzazione e le sue inaspettate conseguenze ?

Si propone qui, con l'aiuto intellettuale di Clifford Geertz, di guardare al territorio come a una *thick description* , una “descrizione densa” contenente una “gerarchia stratificata di strutture di significato” (Geertz 1998: 14).

Il territorio, visto in questa prospettiva, appare non solo il frutto dell'azione combinata tra elementi ecologico-ambientali e culturali, ma anche e soprattutto un'entità che produce significati. Il territorio così concepito è riconosciuto come parte del patrimonio. I processi di patrimonializzazione non dovrebbero quindi essere pensati come il risultato di discussioni burocratiche dall'alto su come trarre profitto dalle risorse di un territorio, ma come dialoghi con il territorio, sulla sua storia, fatti dalla sua gente.

3.1

GENESI DELLA PATRIMONIALIZZAZIONE DEL CIBO LOCALE

Si è visto nei due capitoli precedenti che il territorio oggi sempre più costituisce un valore di riferimento assoluto nelle scelte alimentari. Il “mangiare geografico”, il modello alimentare che conosce ed esprime una cultura di territorio attraverso i suoi prodotti e le sue ricette tipiche, ci appare oggi un fatto naturale perché, nel momento in cui il cibo diventa un bene diffuso e tende all'omologazione, afferma il valore del territorio come contenitore di una nuova differenza: il cibo geografico.

Per comprendere questa nuova tendenza, bisogna riconoscere un concetto importante quello di “*terroir* culinario” (Lai, Billotta 2005: 127); l'accezione *terroir* possiede una sfumatura che tende alla ricomprensione del valore umano, come “spirito del luogo”: tratto forgiante delle collettività coinvolte che costituisce un aspetto quasi implicito nel contesto in cui si collocano i beni locali.

Quello di *terroir* è un concetto polisemico , che non trova una traduzione letterale nei paesi non francofoni, in Italia, ad esempio, esso viene sostituito con espressioni piuttosto approssimative come “prodotti nostrani”, “tradizionali” o “tipici”, che comunque rimangono traduzioni insoddisfacenti, perché molto riduttive rispetto alla portata concettuale del termine.

Si tratta di riconoscere il ruolo svolto dal retaggio culturale nella nostra vita culinaria, l'assunto è semplice: ogni prodotto gastronomico è lo specchio dell'ambiente in cui è nato, ambiente qui inteso non solo in senso ecologico ma anche culturale, umano. La storia che si cela dietro ciò che mangiamo infatti, oltre ad essere definita dalle risorse disponibili e dalle condizioni geografiche, è altresì influenzata dalla storia, dal sistema di valori e dalle capacità creative delle comunità locali. Il cibo così pensato veicola senso di appartenenza, il fare e mangiare determinati prodotti segna e disegna le identità locali.

In quest'ottica, vendere i prodotti della propria terra, promuoverne la cultura gastronomica, sono considerate da alcuni delle strategie di “autodefinizione” e, di conseguenza, di “autoconservazione” (Lai, Billotta 2005:131). È infatti attraverso il rapporto con gli altri, e non con l'isolamento culturale, che sembra prodursi il senso di appartenenza ad un luogo, commercializzare le diversità significa, per alcuni, contribuire a conservare una cultura. È da questa ideologia che nasce il bisogno di mettere in atto una prassi che porti alla certificazione ufficiale delle differenze culturali.

Questo modo di pensare il rapporto cibo-territorio è qui considerata una deriva del “mangiare geografico”, si cercherà di spiegarne più avanti il perché.

Assumendo, spesso, i toni esasperati di un'operazione prettamente commerciale.

“Le produzioni tipiche, la riscoperta del territorio e la valorizzazione dell'ambiente, appaiono come declinazioni di un “iperdiscorso” non solo attorno al cibo, che tende a capitalizzare le peculiarità sociali, economiche e culturali locali sotto il nome di patrimonio” (Badii 2012: 9).

I patrimoni alimentari dei territori del nostro Paese ad esempio, vengono continuamente caricati del compito di rilanciare economicamente la nazione, la retorica del *made in italy* ad uso esterno trasforma i territori in iper-luoghi, cioè in spazi di produzione di pratiche e retoriche che hanno la funzione di aprire il locale al globale, attraverso la manipolazione di oggetti e segni del passato e la promozione delle produzioni alimentari.

L'idea di patrimonio si manifesta attraverso politiche culturali locali, nazionali e transnazionali che hanno lo scopo di produrre economie e discorsi intorno al cibo locale. In questo modo si operano forme di selezione di porzioni del passato attuate da attori che agiscono in agenzie istituzionali e associative che si fanno vettori di norme globali pensate per incastrare il locale nel mercato neoliberale. Il livello locale costituisce quindi solo il punto di partenza, lo spazio in cui si verifica l'azione della politica istituzionale con cui si definiscono le modalità di appropriazione degli oggetti culturali di un determinato territorio.

La patrimonializzazione della cultura alimentare è un processo, una dinamica attivata da figure che si possono definire come i “patrimonializzatori” che hanno il delicatissimo compito di legittimare o escludere, a seconda delle opportunità, determinati livelli di identità e di appartenenze, perché, come si vedrà di seguito, categorie come tipicità, autenticità e tradizione non costituiscono categorie fisse e immutabili, ma si definiscono ogni volta nei contesti specifici e in base alle attribuzioni di senso che questi attori conferiscono loro secondo le esigenze del momento.

Le politiche del patrimonio si inscrivono dunque, in una processualità che non si riflette semplicemente nel risultato finale (ad esempio il riconoscimento di una “Denominazione di Origine Protetta”, DOP), nella norma stabilita a conclusione del processo, un tale approccio potrebbe infatti ingannare l'osservatore oscurando le pieghe del tessuto delle relazioni tra macro e micro, tra i mondi locali della contemporaneità e gli organismi pubblici nazionali e internazionali.

A fare da cornice a qualsiasi discorso di patrimonializzazione culturale fungendo come concreto elemento legittimante c'è la “tradizione”. Questa diventa una sorta di

filtro attraverso il quale setacciare i beni patrimoniali. Sono infatti, le pratiche alimentari “tradizionali” a subire processi di autenticizzazione confluendo poi nell’inventario dei patrimoni locali (Badii 2012: 13). La categoria di tradizione è in questi processi intesa come categoria fluida, plasmata dai vari livelli che interagiscono nel contesto: dal produttore, ad esempio di un particolare formaggio, all’organo garante della sicurezza alimentare per i caseifici a livello europeo. La categoria “tradizione” è quindi risultato di molteplici negoziazioni fra attori tra loro lontanissimi, molte delle volte, sia culturalmente che geograficamente, la “tradizione” non va intesa come un deposito del passato collocato in un orizzonte immobile, come trasmissione di valori ereditari, nostalgici, espressione di un *genius loci*.

Nei processi di patrimonializzazione “tradizione” fa rima con compromesso, alle volte si tratta di un compromesso amaro per le realtà locali, che nella maggior parte dei casi non si trovano nelle condizioni di gestire le operazioni secondo le proprie esigenze. Il binomio naturale tradizione-autenticità lascia perplessi dopo queste osservazioni, sembra fondersi e confondersi sul piano emico in una “nebulosa di significati” (Warnier 1994: 179), di catene associative che come si è detto non si riducono soltanto ad una volontà di distinzione locale, ma sono adoperati con significati diversi a seconda del posizionamento degli attori che ne fanno uso. È così che identità, tradizione, patrimonio diventano gli strumenti pratici di un’idea oggi politicamente corretta come quella dell’autenticità. Idea, spesso, legata a doppio filo a ragioni che hanno a che fare più con l’economia di mercato che con la protezione dei saperi locali riguardanti, in questo caso, la produzione del cibo.

Forse perché nell’era della globalizzazione le produzioni del territorio, in realtà, appartengono allo spazio locale soltanto nel livello tecnologico?

Distribuzione e consumo non sempre sono fenomeni gestiti dalle realtà economiche locali; a questo punto, allora, chi sarebbero i veri soggetti interessati ad avviare i processi di patrimonializzazione?

Il globale è penetrato sempre più nel locale, resta ben poco di locale che non sia stato toccato dal globale. Molto di ciò che viene pensato come locale, certi usi della

tradizione, certi meccanismi di riconoscimento della tipicità dei prodotti locali, è in realtà da intendersi come *glocale* (Ritzer 2005: 218) . Nel *glocale* il locale si piega alla logica del globale, si mette a disposizione dei flussi commerciali e in essi subisce una metamorfosi andando a mutare buona parte della sua identità più intima. È evidente, infatti, che per reggere volumi produttivi capaci di soddisfare la domanda internazionale, i produttori devono aver compiuto - probabilmente è meglio dire sono stati "costretti a" compiere (dipende dai punti di vista) - innovazioni tecnologiche che spesso rendono omogenei prodotti che prima non lo erano, in quanto espressione degli stili peculiari di ciascun artigiano, del suo *saper fare*, perché espressione di un particolare *terroir*.

Non c'è dubbio, è una visione poco ottimistica, ma non deve sorprendere in quest'epoca di interconnessioni che le persone adattino la propria cultura, pur consapevoli del rischio di renderla qualcosa d'altro da sé stessa, alle sfide globali e quindi sfruttino creativamente il loro passato (sotto forma di *saper fare* tramandato nel tempo) per cercare di trovare un posto nel grande mercato senza confini al fine di trarne qualche vantaggio, quasi sempre, però, solo ed esclusivamente economico e per di più, e questa è la beffa, di breve durata.

Non è, forse, per questo che nei processi di patrimonializzazione in realtà si inventa e si re-inventa la tradizione proprio per adeguarsi al gradimento commerciale globale dell'uso locale?

Le politiche patrimoniali in generale, quelle alimentari in particolare concorrono a fissare in un orizzonte immobile le culture locali decretandone uno sfruttamento che quasi sicuramente si risolverà nella dimensione dell'impoverimento culturale.

Ne esce così una visione di territorio che negli anni è stata promossa, è giusto sottolinearlo con forza, anche dagli stessi attori locali, i quali, nelle poche scelte politiche loro concesse, tendono a dimenticare il fatto che le culture popolari si esprimono proprio in quelle micro-variazioni che i processi di patrimonializzazione negano, mirando alla cristallizzazione di un canone fisso della cultura locale.

Ma, andando avanti di questo passo non c'è il pericolo di ridurre i territori, i saperi locali, i paesaggi umani a una sorta di bella scenografia ad uso e consumo del mercato mondializzato?

Probabilmente sì, perché, oggi, il circuito del prodotto locale ed il suo contenitore, il patrimonio, non sono da considerarsi così estranei ad un mercato transnazionale che, in sola apparente contraddizione con la sua notoria voracità omologante, attinge a piene mani dai patrimoni locali perché, in fin dei conti, possono essere considerati delle piccole e sconfinare biblioteche della diversità culturale (Asher 2005), da svuotare.

Si può allora dire che il mercato tende, oggi, a rendere le merci sempre più culturali, ma nello stesso tempo rende la cultura sempre più mercificata (Hannerz 2001: 113). Il capitalismo globale promuove sia l'omogeneità culturale sia l'eterogeneità, perché nella logica del profitto, la produzione e il consolidamento delle differenze apre una serie quasi infinita di micro-mercati da spremere.

Sembra a questo punto chiaro che ci si trova di fronte ad un'appropriazione del locale da parte dei processi di globalizzazione, salta così la semplicistica opposizione locale-globale, le cose si complicano perché la produzione della località, nei processi di patrimonializzazione sembra essere sfuggita di mano alle comunità locali. La località, infatti, intesa come proprietà o tratto distintivo della vita sociale di un gruppo, è, secondo Appadurai, una conquista sociale sempre in pericolo, in quanto intrinsecamente fragile può essere manipolata (Appadurai 2001). A seconda dei soggetti che gestiscono gli strumenti della produzione della località, si hanno, di riflesso, determinati effetti materiali sui territori.

È necessario, dunque, riflettere a fondo sui processi di simbolizzazione dei luoghi attraverso marchi o certificazioni territoriali, soprattutto sulla natura storica di questi processi (Mondardini Morelli 2005: 7).

3.2

IL PRODOTTO TIPICO TRA PATRIMONIO E MERCATO

I tentativi di istituzionalizzazione di quella tendenza alimentare che si è voluta chiamare “mangiare geografico” sembrano avere, come si sarà notato, forti limiti. Ci si riferisce alla salvaguardia di prodotti e cibi locali attraverso meccanismi di protezione economica, sistemi nati per sottrarre determinati alimenti dalla concorrenza di prodotti analoghi, di cui non veniva certificata l’origine e i processi utilizzati per ottenerli. Sistemi nati da buone intenzioni quindi, ma che nel tempo si sono dimostrati in molti casi il trampolino per una standardizzazione alimentare e culturale funzionale al mercato internazionale.

Sono prodotti agricoli e alimentari che vengono protetti sulla base di specifici dispositivi regolamentari, costituendo così, di fatto, una categoria di beni patrimoniali da tutelare e valorizzare. Dietro questi due ultimi verbi molto spesso, però, si nascondono interessi economico-commerciali che sul lungo periodo, in alcuni casi, hanno danneggiato le piccole produzioni locali perché, come si vedrà, lo *status* di prodotto tipico è a dir poco problematico e per questo, appunto, necessita di essere problematizzato a dovere.

DOP e IGP, acronimi rispettivamente di “Denominazione di Origine Protetta” e di “Indicazione Geografica Protetta”, sono marchi attribuiti a livello europeo che definiscono come prodotti tipici, quei prodotti agricoli e alimentari con delle caratteristiche strettamente connesse all’ambiente geografico e alle tradizioni produttive locali. Le qualità dei prodotti DOP e IGP devono essere attribuite “essenzialmente o esclusivamente all’ambiente geografico che comprende i fattori naturali e umani e la produzione, la trasformazione e l’elaborazione devono avere luogo nell’area geografica delimitata” (regolamento CEE 1992), si cerca di proteggere così un prodotto derivante da un luogo che lo caratterizza.

Queste iniziative politiche hanno negli anni costruito quelle che la studiosa Valeria Siniscalchi ha efficacemente definito “economie della tipicità”, ossia:

“quelle economie che si strutturano intorno alla trasformazione di oggetti, prodotti, pratiche e luoghi in elementi tipici, cioè propri, “caratteristici”, che incarnano ed esprimono ciò che in determinati momenti storici e contesti si considera essere il “carattere” di una certa area e/o di un determinato gruppo umano.” (Siniscalchi 2009: 51).

Le “economie della tipicità”, che prendono vita ufficialmente nell’attribuzione di questi marchi, contribuiscono alla trasformazione in merce (*commodity*), quasi sempre destinata al mercato extra-locale, di oggetti culturali, pratiche tradizionali e paesaggi, che subita questa trasformazione vengono poi commercializzati.

Tipico è qualcosa che si coltiva o si produce solo in una determinata area geografica da determinate comunità umane, da un lungo periodo di tempo. I discorsi sul tipico vanno perciò a opporsi a quelli sui prodotti industriali, privi di connotazioni locali. Non bisogna poi, confondere il concetto di tipico con il termine “unico”, infatti i prodotti tipici non sono “per natura” oggetti unici in quanto vengono riprodotti nel tempo, ma, piuttosto, singolari:

“Si può affermare che le economie della tipicità e i processi di tipicizzazione si basano su regimi della singolarità o della singolarizzazione: regimi condivisi di pratiche, norme e politiche che delimitano, distinguono, singolarizzano, qualificano e rendono determinati prodotti dei beni singolari.” (Ibidem: 52)

I processi di localizzazione sotto la forma della tipicizzazione sono quindi processi politici ed economici; sancire la tipicità è parte delle dinamiche che portano alla costruzione dei luoghi. La località e l’appartenenza hanno, infatti, una natura relazionale e contestuale, tanto da essere continuamente modellate e affermate attraverso *performances* che mettono in scena il “luogo” e la “comunità” (Ibidem: 52). La tipicità, non solo alimentare, è il risultato di queste *performances*.

3.3

MALINTESI SUL “MANGIARE GEOGRAFICO”

La domanda di attribuzione di certificati per il riconoscimento di un prodotto tipico sembra, così, mettere in discussione i precari equilibri delle realtà locali, le operazioni che seguono la richiesta, infatti, rinviano alla dimensione politica e alla gestione del potere e inevitabilmente sono attivate sulla base di interessi di parte, che vanno a incidere direttamente sulle produzioni locali e di conseguenza sulle condizioni delle comunità di produttori. I prodotti tipici, da potenziali emblemi positivi di un territorio possono allora diventare oggetto della discordia fra i diversi attori locali per il semplice motivo che il tipico non si autodefinisce, non è un dato, ma un prodotto costantemente negoziato. È il risultato di conflitti, negoziazioni, rapporti di forza e giochi di potere.

Se la tipicità nasce da un compromesso, il compromesso di solito scontenta sempre qualcuno generando contraddizioni che arrivano fino a negare la dimensione patrimoniale come dimensione fondante della comunità locale.

Di per sé inoltre, la condizione di partenza del prodotto che si fa tipico non è facile, perché si colloca a metà strada tra bene patrimoniale inalienabile e bene alienabile soggetto allo scambio mercantile, mescolando patrimonio e mercato insieme (Papa 2002). A questa problematica posizione a metà tra il culturale e il commerciale, si aggiunge il fatto che questi prodotti, i quali si richiamano alla “località” quando vengono spinti nei meccanismi di distribuzione e consumo di un mercato dall’orizzonte globale, rischiano spesso di entrare a far parte di ingranaggi subalterni ai processi di carattere globale: sono sempre prodotti locali con tanto di marchio di garanzia ma vengono definiti da parametri e mercati comunitari e sovranazionali. I quali sfruttano questi prodotti pregiati per la loro diversità, enfatizzata da un marketing a impianto aneddotico-storico-culturale accattivante, e proprio ad opera della protezione messa in atto per la loro conservazione li omologa e ne riduce la diversità, così che questi prodotti nati dai “saper fare” locali, finiscono per essere ingabbiati dai tecnicismi dei saperi ufficiali delle istituzioni sovralocali.

Il sapere locale è quello che si apprende nel proprio gruppo di appartenenza, nei rapporti faccia a faccia, per via orale o “rubando con gli occhi”, è incorporato nel fare quotidiano, si impara nel tempo osservando e facendo. Il sapere ufficiale, scientifico invece ha canali di trasmissione istituzionali organizzati e controllati, dove il linguaggio scritto è dominante. Il sapere locale, poi, è legato ad un territorio e ad un contesto sociale preciso, mentre il sapere istituzionale è indipendente dal contesto, si applica indistintamente.

Per questo motivo sono nati tanti contrasti, anche duri, tra produttori che accettano le scelte che arrivano dall'esterno e produttori che in nome del “abbiamo sempre fatto così” si rifiutano di cambiare anche solo una virgola nei processi di produzione. Spesso infatti, le DOP sono messe sotto accusa da chi ritiene che:

“rappresentano in molti casi la negazione delle valenze storico-identitarie associate ai prodotti alimentari attraverso l'applicazione di disciplinari che, per successive modifiche, si allontanano dalle pratiche tradizionali per adattarsi alle esigenze industriali.” (Corti 2011: 46)

È triste da dire, ma in molte occasioni, specie ad esempio nel caso dei formaggi di malga, l'unica vera ragione dell'istituzione della DOP è l'allargamento dell'area di produzione perché solo in questo modo è possibile avere un'adeguata quantità di prodotto da commerciare. Ciò avviene perché nei processi di patrimonializzazione che mirano a questi riconoscimenti sembra essere vietato pensare che il mercato di sbocco del prodotto possa essere, soprattutto, il mercato locale.

Infatti, prodotti di questo genere in passato erano scambiati e consumati in un'area ristretta che era più o meno quella di origine, oggi, invece, sono stati trasformati in prodotti istituzionalizzati come “tipici” di un certo territorio che però vengono scambiati e consumati in un mercato globale.

Per questo motivo all'inizio del capitolo si è parlato dei processi di patrimonializzazione istituzionali come espressione di una deriva del “mangiare geografico” inteso in senso stretto, “cibo locale per la comunità locale” che prevede semmai degli scambi translocali a corto raggio.

Nel Vecchio continente e in gran parte del mondo occidentalizzato, in forme molto diverse da quanto avviene nelle aree povere del pianeta, infatti, la conservazione della biodiversità *on farm* e dei prodotti trasformati che ne derivano, attuata dai produttori e dalle istituzioni locali, non viene finalizzata al consumo diretto all'interno delle comunità locali contribuendo alla costruzione di una sovranità alimentare, quanto piuttosto alle esigenze del mercato urbano occidentale, il quale prevede al suo interno una quota dei consumi alimentari destinata a prodotti “di qualità”, in una prospettiva commerciale, infatti, tipicità diventa sinonimo di qualità. È stato così messo in essere un fenomeno di “nobilitazione del gusto” (Papa 2000: 197), che ha tradotto cibi che fino ad alcuni anni fa non oltrepassavano i confini delle località in cui si producevano e si consumavano, in un linguaggio appropriato alla dimensione del mercato globale (tipico uguale naturale, sano etc.). È rispetto a tali dinamiche che alcune produzioni locali assumono lo statuto di “prodotti a denominazione di origine protetta”, diventando tali nel passaggio dall'autoconsumo e dai mercati locali, all'“economia della tipicità” destinata ai mercati globali.

L'antropologa Cristina Papa riflette, ad esempio, su quello che è successo dopo l'ottenimento del marchio DOP per l'“olio umbro” (Ibidem 2000). La produzione dell'olio della regione si è conservata ininterrotta nel tempo per almeno cinque secoli, perciò non si può parlare in senso stretto di riscoperta e nemmeno di rilancio della produzione, di solito due dei motivi che mirano alla convalida di un processo di patrimonializzazione agito dall'alto. Non si trattava di sottrarre dall'oblio una produzione artigianale locale secolare. L'attribuzione del marchio ha comunque avuto enormi conseguenze con delle ricadute forse inattese: negli ultimi dieci anni sono cambiati i consumatori del prodotto, questi non sono più o non solo i locali, gli abitanti nei pressi del frantoio come avveniva per gran parte della produzione prima degli anni cinquanta, ma i consumatori delle città di altre regioni italiane o di altre nazioni, i clienti di ristoranti di livello e gastronomie specializzate.

Ciò ha portato con sé numerosi paradossi, il più macroscopico di tutti è che:

“Quello che 50 anni fa era per i locali pressoché in forma esclusiva l’unico olio di oliva conosciuto, acquistato o barattato e usato, oggi è diventato uno tra i tanti oli possibili disponibili sul mercato e certamente il più caro, che molti di loro non possono più permettersi di acquistare. È così che l’olio del posto è diventato un olio tipico.” (Papa 2000: 198)

È evidente che l’analisi di questi meccanismi dovrebbe portare a delle riflessioni accurate sulla loro validità, l’olio del posto una volta “tipicizzato” si è slegato da un contesto di consumo locale antico, oggi la casalinga di Perugia probabilmente è costretta a scegliere dagli scaffali del supermercato sotto casa un olio non locale, non DOP, a motivo del prezzo troppo elevato.

Il prodotto tipico lanciato nei mercati “di nicchia” è solo in apparenza legato in forma esclusiva ad un luogo che lo caratterizza, la sua identità muta perché mutano i suoi consumatori e di conseguenza il suo prezzo finale.

Inoltre, le regole che consentono l’affermarsi sul mercato delle produzioni locali, a cui è stato concesso il marchio di origine devono corrispondere a *standards* definiti a livello europeo. Quindi, nel momento in cui si afferma la “località” la si nega riducendo la variabilità a vantaggio di regole predefinite, elaborate a livello statale o sovrastatale a partire da quelle igienico-sanitarie. Le istituzioni, nazionali ed europee, hanno, infatti, la tendenza a favorire pesanti modifiche attraverso l’istituzione dei disciplinari di produzione che snaturano il carattere storico e artigianale dei prodotti DOP E IGP, spesso a vantaggio esclusivo delle *lobbies* industriali e non dei consumatori, ignorando completamente le rimostranze di quei piccoli produttori che vogliono continuare a produrre seguendo i saperi tramandati localmente, rinunciando in molti casi ad applicare il marchio di origine, almeno su parte delle loro produzioni. È interessante come per questi particolari attori locali della produzione gastronomica la tradizione diventi oggi una scelta consapevole, non la subiscono ma la scelgono, attuando così una sua valorizzazione dinamica, cioè continuando a fare come si

faceva, opponendosi alle novità che prevedono i disciplinari, che molte volte sono pensati con occhi imprenditoriali perché, implicitamente, sanciscono la necessità di raggiungere un'adeguata capacità produttiva per poter ottenere idonei riscontri commerciali. Paradossalmente, la sopravvivenza delle produzioni locali e della loro differenza è consentita legalmente solo se viene regolamentata e dunque ristretta e adeguata a regole di carattere generale, che normalizzano però la differenza stessa e la sua ragion d'essere, cioè la singolarità del prodotto. Sono gli stessi meccanismi di protezione, dunque, a introdurre modificazioni nei processi produttivi e a determinare ciò che viene conservato in quanto viene riprodotto e ciò che non viene conservato perché non riprodotto perché non aderente ai parametri stabiliti.

Ma, ciò che è autenticamente tipico per continuare ad essere realmente tale non ha bisogno di ripetersi e ripetendosi di iscriversi nel cambiamento? (Siniscalchi 2009: 59)

Ciò sembra essere precluso, vietato in qualche modo dai regolamenti che, ad esempio, spingono verso una standardizzazione delle forme, dei colori e soprattutto del gusto dei prodotti. La variabilità non è ammessa, se si esce dai paletti dei parametri ufficiali non si può più parlare di DOP, si perde l'attributo di tipico. Ma la riproduzione artigianale non può sempre riprodurre qualcosa di identico, è soggetta a un ventaglio di micro-possibilità di variazione!

L'autenticità di un prodotto alimentare non può essere data dall'assenza totale di cambiamento, secondo buon senso dovrebbe essere solo l'esistenza di confini spaziali e sociali ben precisi a fondarne l'autenticità. La tipicità non si produce in serie, è lontana dalle logiche industriali.

In conclusione è lecito chiedersi, se, e, quali margini d'interazione si possano stabilire tra un ideale di trasmissione dell'identità e dei saperi locali, il cosiddetto rilancio della località, con la pragmatica della standardizzazione innescata dai meccanismi di protezione economica dei prodotti alimentari locali.

Gianluigi Bravo sottolinea che:

“in Italia come in Europa la presenza e la sopravvivenza delle tradizioni locali sono sempre più mediate e sostenute da attori sociali specifici, diversi e interagenti nel territorio, con interessi convergenti o divergenti: promotori, amministratori e intellettuali locali, insegnanti, studenti, imprenditori, leader politici, associazioni.” (Bravo 2006: 125)

Tanto apparire ingenuo aspettarsi che le politiche di patrimonializzazione delle risorse della cultura locale, possano stare al riparo dalle aspettative economiche e di marketing rivendicate da alcuni di questi soggetti, il cui obiettivo è quello di rendere saperi e prodotti eminentemente locali “appetibili” per un mercato globale, sia in termini di standardizzazione del gusto, che di garanzie di igiene e qualità (Grasseni 2007). Devastanti, sono le ricadute sulle economie locali di tali atteggiamenti: sugli assetti sociali e politici delle comunità territoriali, e molte volte sull’impatto ecologico delle tradizionali produzioni locali. In quanto, il prodotto tipico è socialmente costruito, fabbricato da soggetti politici e imprenditoriali che tendono ad affermare l’importanza del territorio, mettendo tra parentesi i fattori umani che in carne ed ossa lo costituiscono. Spesso, riempiendosi la bocca di elogi alla tradizionalità in funzione del mercato si sradicano definitivamente i modi di trasmissione del sapere e il “saper fare” artigiano. I cosiddetti “imprenditori della località”, sembrano avere non poche colpe a riguardo.

È lecito domandarsi, concludendo, come, in che modo, si vuole concepire il contenuto del termine “patrimonio”, probabilmente, comprendere il fatto che il patrimonio etnologico di una comunità locale è composto sia da beni materiali, certo, ma soprattutto, e questo è il punto, da beni immateriali che, nel caso del cibo, sono intrinseci alla materia, ci aprirebbe a un radicale cambio di prospettiva. Accettare il fatto che il cibo riassume in sé materia e “spirito” di un luogo potrebbe aiutare a considerarlo come forma vivente di un patrimonio, il quale viene continuamente

ricreato, porterebbe a rispettarne la sua fragile consistenza che negli ingranaggi degli interessi economici extralocali rischia di essere ferita.

I patrimonializzatori, gli artefici dei processi di patrimonializzazione, dovrebbero, forse, comprendere che il cibo locale è un prodotto più simile al dono che non alla merce, perché la sua identità è fondata sull'appartenenza ad un luogo e ad un'umanità specifiche, appartenenza che non viene perduta nel momento in cui il bene viene scambiato (Mauss 2002). Questa consapevolezza potrebbe riuscire a porre le produzioni locali come ossatura di un patrimonio non tanto e non solo da vendere, da sfruttare a tutti i costi, ma come base su cui consolidare i rapporti della comunità locale stessa e quelli tra questa e le comunità locali vicine attraverso reciproci scambi solidali.

CAPITOLO IV

La proposta del modello alimentare del “mangiare geografico”, ha trovato in Italia terreno molto fertile, sia perché la Penisola ha una vocazione particolare nella produzione di cibi locali molto diversificati tra loro e incredibilmente pregiati, sia perché è dallo stivale italico che è partita con forza l'avventura di quella che è oggi conosciuta come l'associazione internazionale Slow Food, un movimento fatto di persone che hanno posto il “valore-cibo” al centro delle loro vite.

Si può senza timore di smentita dire che moltissime delle iniziative di sensibilizzazione messe in campo dalla rete internazionale del movimento incarnino perfettamente l'ideologia del “mangiare geografico”, trasformandolo da tendenza gastronomica degli ultimi decenni a progetto politico consapevolmente rivoluzionario nello scenario di un mondo globalizzato. È palese che è in gran parte grazie a Slow Food se finalmente si è cominciato a trattare del cibo come di una cosa seria su cui riflettere in modo non superficiale, e se discipline, in precedenza snobbate, come l'antropologia culturale e la sociologia sono state coinvolte nel ruolo di protagoniste nella ricerca scientifica sulle tematiche dell'alimentazione.

Slow Food non è mai solo protesta, Slow Food non è mai solo proposta, Slow Food non è mai solo utopia, Slow Food non è mai solo realtà quotidiana, Slow Food è un guazzabuglio inedito di tutte queste cose insieme e per questo è qui considerato il movimento contemporaneo per la giustizia alimentare più interessante e ricco di spunti di riflessione.

Parlando di cibo, Slow Food sprofonda in temi attualissimi: la biodiversità, i diritti dei popoli, la sovranità alimentare, l'omologazione del gusto, l'agricoltura massiva, le manipolazioni genetiche, la lotta alla globalizzazione, la decrescita, il trans-localismo.

Il “mangiare geografico” corre sotto traccia nella solidarietà alle comunità dei produttori di cibo, di conseguenza nel rispetto per i territori e le comunità locali e nei discorsi ambientalisti più intelligenti, nei consigli pratici per una spesa giusta, ed

emerge potente negli eventi di “Terra Madre”, un progetto concreto che il movimento chiama “rete delle comunità del cibo”.

Nel capitolo che segue si cercherà di capire quindi cos’è Slow Food, scandagliando le origini del movimento, attraversando il programma ideologico del suo leader storico, Carlo Petrini, approdando, infine, ad un’analisi dei risvolti pragmatici delle sue visioni più lungimiranti.

4.1

SLOW FOOD, RADICI

Il seme che ha dato vita all’associazione Slow Food fu piantato negli anni Settanta, anni impregnati di grande idealismo e creatività, dove i giovani della generazione di Carlo Petrini erano oramai attratti più dai movimenti che dai partiti, in quanto la cultura diventava sempre più il luogo d’elezione per la protesta politica. Dunque è negli anni della contestazione giovanile che si trovano le origini di Slow Food, definito da osservatori stranieri come “uno dei movimenti politici globali più significativi dell’epoca moderna” (Andrews 2010: 25).

Tutto iniziò con un manipolo di giovani attivisti di sinistra, tra cui lo stesso Petrini in compagnia di Azio Citi e Giovanni Ravinale, tutti originari della cittadina piemontese di Bra, situata nel cuore delle Langhe, luogo di produzione di grandi vini e tartufi incredibili, i quali iniziarono nei primi anni Settanta la loro militanza politica, creando dapprima una rivista mensile, poi, una stazione radio politica indipendente che fece molto discutere, tanto da essere chiusa con *manu militari* dalla polizia.

La linea politica di Petrini e i suoi, nonostante l’appartenenza ad un ambiente extraparlamentare che strizzava l’occhio all’internazionalismo operaio, è sempre stata saldamente legata a modelli d’espressione culturale dalla forte identità locale e regionale.

Ad esempio nel 1979 organizzarono la prima rassegna internazionale denominata *Cant'è i'eu* ispirata a una tradizione popolare piemontese che prevedeva che si andasse di cascina in cascina, nelle Langhe, durante la notte a “cantare le uova”. Questa era una pratica che stava morendo e Petrini e i suoi compagni contribuirono a rivitalizzarla, accompagnati da violino, trombone e fisarmonica, andavano a svegliare i contadini nel cuore della notte, e questi offrivano loro cibo e si univano poi alle tradizionali danze notturne.

Era un'avvisaglia di quello che sarebbe successo con Slow Food, si trattava del tentativo di recuperare una singolare tradizione locale a rischio d'estinzione che in questo caso, però, aveva radici nella musica popolare, non ancora nel cibo.

Nel frattempo i ragazzi di Bra erano anche impegnati nell'“Archi”, la federazione culturale e ricreativa che faceva riferimento alla sinistra italiana e che si articolava in varie sezioni locali. La federazione di Archi Langhe non a caso, infatti, in quel periodo si concentrò sempre di più sulla cultura locale, avendo il crescente desiderio di riprendere le fila delle tradizioni di quella zona.

Poi Petrini preoccupato per il declino della produzione di Barolo, base importantissima per l'economia locale, nel 1981 fondò “la Libera e Benemerita Associazione degli Amici del Barolo”, negli stessi anni in cui stavano nascendo in molte regioni d'Italia movimenti legati alle osterie. Militanti di sinistra cominciarono ad aprire cooperative, trattorie per la ristorazione della gente comune, fu in questa cornice che nel 1984 nacque a Bra, l'osteria “Boccondivino”, in via MendicITÀ Istruita numero 12, luogo che oggi ospita gli uffici dell'apparato centrale di Slow Food (Andrews 2010: 29).

È in questa vorticoso serie di iniziative che si va negli anni definendo il percorso che porterà il cibo al centro dell'attenzione politica dei giovani Langaroli. Fu infatti con la nascita di “Arcigola” nel 1986, di cui Petrini fu eletto presidente, che l'attenzione sull'alimentazione si fece più incisiva, anche grazie alla sponsorizzazione del quotidiano “Il Manifesto” e di altri giornali di sinistra che nel frattempo avevano iniziato a prendere a cuore le iniziative dell'associazione attraverso la pubblicazione di interessanti inserti tematici. In concreto si trattava di organizzare l'azione in articoli, libri e convegni che avessero come compito principale quello di valorizzare i prodotti e la cucina del territorio. L'intento di Petrini era quello di provare a

diffondere una nuova filosofia del gusto che sapesse coniugare sapienza e piacere; voleva concentrare l'attenzione degli interessati sulla cultura materiale per salvaguardare il patrimonio alimentare, posizione che successivamente è diventata uno dei punti centrali del sistema di pensiero Slow Food (Petrini, Padovani 2005).

Erano gli anni dello scandalo del vino contaminato dal metanolo, aggiunto per accrescerne il grado alcolico, che fece ben 19 morti proprio nelle Langhe, con un effetto devastante per l'immagine dei vini piemontesi a cui Carlo Petrini teneva molto e considerando l'episodio un tradimento criminale nei confronti dei consumatori.

Erano, poi, gli anni di Chernobyl, i timori di inquinamento e contaminazione diffusi a livello globale, iniziavano drammaticamente a far discutere della qualità degli alimenti.

Erano anche, e soprattutto, gli anni dove stava arrivando in Italia l'*hamburger* di McDonald's, che secondo il sociologo francese Paul Aries non era semplicemente un cibo americano per adolescenti, ma rappresentava lo sbarco in Europa del primo alimento senza cultura e senza età, infatti affermava lo studioso: "la sua cucina non è nazionale e neppure internazionale, ma cosmopolita e si basa sulla negazione di tutte le culture culinarie preesistenti" (Aries 2000: 63).

"Arcigola" si accorse subito di cosa stava succedendo, stava entrando nel mondo dell'alimentazione un concetto che prima non esisteva: lo *standard*, che trae la sua origine dalle logiche della catena di montaggio delle industrie. Il progetto che Arcigola scorgeva nella sovversione della gastronomia artigianale era quello che mirava a creare un gusto unificato a livello mondiale, che solo pochi anni prima non sarebbe stato pensabile. Si andava verso una sorta "palato globale", dove: "la struttura binaria (dolce/salato, crudo/cotto, duro/molle ecc.) sulla quale si è sempre basata la nostra tradizionale struttura del gusto ... tende sempre più ad unificarsi in un'unica sintesi che accontenta tutti i palati" (Codeluppi 2001: 83-84).

Petrini e i suoi fedelissimi avevano compreso che alle spalle dello sbarco in Italia del panino americano c'era molto di più, per dirla con Levi-Strauss cominciavano a

capire, dopo anni di militanza politica intorno ai temi del cibo, che un posto essenziale in ogni gruppo umano spetta alla cucina in quanto “essa non segna soltanto il passaggio dalla natura alla cultura: per merito suo la condizione umana si definisce con tutti i suoi attributi, anche quelli che (come l’alimentazione) potrebbero sembrare più discutibilmente naturali” (Levi-Strauss 1999: 219).

Il primo McDonald’s italiano aprì senza clamori il 15 ottobre 1985 a Bolzano, ma la seconda apertura, l’anno successivo, era prevista nella capitale, a Roma. Fu presentato come il più grande del mondo con i suoi milleduecento metri quadri sulla bellissima Piazza di Spagna e fece discutere molto il mondo intellettuale dell’epoca. Urbanisti, architetti e sociologi se la presero con l’amministrazione comunale capitolina e con il suo piano regolatore, la quale permetteva che un gioiello della città venisse deturpato, ma fu tutto inutile il fast-food aprì.

Dentro questo fumo denso di angosce (vino al metanolo, inquinamento nucleare, sbarco di McDonald’s) si barcamenavano i militanti di “Arcigola” che avevano come missione quella di sensibilizzare l’opinione pubblica sul riconoscimento della qualità dei prodotti alimentari. Fu con la manifestazione promossa da Arcigola nel 1986 nei pressi di piazza di Spagna, proprio dove doveva aprire il fast-food americano, che l’associazione fece la sua comparsa più significativa in pubblico.

Dopo la provocazione organizzata nella Capitale iniziò a girare il termine “Slow Food”, termine molto efficace che fu inteso come una trincea difensiva dietro cui combattere quella nuova civiltà del cibo che aveva come unico valore il profitto, quindi la produttività. L’incarico di redigere un “Manifesto dello Slow Food” fu dato ad un amico di Petrini, Folco Portinari⁷, poeta e saggista che con un tale documento programmatico avrebbe permesso la diffusione delle idee del movimento anche oltre i confini nazionali.

Il “Manifesto dello Slow Food” fu pubblicato per la prima volta sul “Manifesto” del 3 novembre 1987 sulla copertina di un supplemento chiamato “Gambero Rosso”, a cornice del disegno di una gigantesca lumaca. Il suo testo integrale:

⁷ Folco Portinari, storico della letteratura con cattedra universitaria, appassionato alle tematiche dell’alimentazione. Fu per molti anni funzionario RAI.

“Questo secolo è nato da una falsa interpretazione della civiltà industriale, sotto il segno del dinamismo e dell’accelerazione: mimeticamente, l’uomo inventa la macchina che deve sollevarlo dalla fatica, ma al tempo stesso adotta ed eleva la macchina a modello ideale e comportamento di vita. Ne è derivata una sorta di autofagia, che ha ridotto l’*homo sapiens* a una specie in via di estinzione, in una mostruosa ingestione e indigestione di sé.

È accaduto così che, all’alba del secolo e giù giù, si siano declamati e urlati manifesti scritti in stile sintetico, “veloce”, all’insegna della velocità come ideologia dominante. La *fast life* come qualità proposta ed estesa a ogni forma e a ogni atteggiamento, sistematicamente, quasi una scommessa di ristrutturazione culturale e genetica dell’animale-uomo. Uno stile adeguato al fenomeno, pubblicitario ed emozionale, di slogan intimidatori più che di razionali considerazioni critiche. Giunti alla fine del secolo non è che le cose siano di molto mutate, anzi, se la *fast life* si è rinchiusa a nutrirsi nel *fast food*. Due secoli abbondanti dopo Jenner, i sistemi di vaccinazione contro ogni male endemico ed epidemico si sono oramai imposti come gli unici che diano garanzie. Perché non seguire, allora, e assecondare la scienza nella sua lezione di metodo? Bisogna prevenire il virus del *fast* con tutti i suoi effetti collaterali. Perciò contro la vita dinamica proponiamo la vita comoda. Contro coloro, e sono i più, che confondono l’efficienza con la frenesia, proponiamo il vaccino di un’adeguata porzione di piaceri sensuali assicurati da un praticarsi in lento e prolungato godimento. Da oggi i *fast food* vengono evitati e sostituiti dagli *slow food*, cioè da centri di goduto piacere. In altri termini, si riconsegna la tavola al gusto, al piacere della gola.

È questa la scommessa proposta per un progressivo quanto progressista recupero dell’uomo, come individuo e specie, nell’attesa bonifica ambientale, per rendere di nuovo vivibile la vita incominciando dai desideri elementari. Il che significa anche il ripristino di una masticazione giustamente lenta, la riacquisizione delle norme dietetiche salernitane, ingiustamente obsolete, nel recupero del tempo nella sua funzione ottimale, di organizzazione del piacere (e non della produzione intensiva, come vorrebbero i padroni delle macchine

e gli ideologi del *fast*). D'altra parte gli efficientisti dai ritmi veloci sono per lo più stupidi e tristi: basta guardarli.

Se poi, imbarbariti dallo stile di comunicazione dominante, si reclamassero gli slogan a tutti i costi, certo non mancherebbero: “a tavola non si invecchia”, per esempio, sicuro, tranquillo, sperimentato da secoli di banale buon senso. Oppure: lo slow-food è *allegria*, il fast-food è *isteria*. Sì lo slow food è *allegro*!

D'altra parte sappiamo da millenni che il piè veloce Achille non raggiungerà mai la tartaruga, la quale esce vittoriosa dalla corsa.

Con bella lezione non solo matematica ma morale.

Ecco, noi siamo per la tartaruga, anzi, per la più domestica lumaca, che abbiamo scelto come segno di questo progetto. È infatti sotto il segno della lumaca che riconosceremo i cultori della cultura materiale e coloro che ancora amano il piacere del lento godimento. La lumaca *slow*.”

(Petrini, Padovani 2005: 93)

Tra i richiami critici al Futurismo di Marinetti e i riferimenti a *Tempi Moderni* di Charlie Chaplin, una vena ironica scorre lungo il testo, un'ironia propositiva non nichilista.

Da quel momento gli affiliati di Arcigola iniziarono ad applicare sul bavero della giacca una spilla a forma di chiocciola, consapevoli che quel gesto non era fatto così per fare, ma preludeva ad un impegno ancora più forte tra politica e cibo.

L'uso dell'inglese nella denominazione del progetto, sicuramente, aiutò la sua affermazione a livello internazionale tra coloro i quali erano preoccupati o semplicemente colpiti dalla straordinaria crescita del modello fast food in tutta Europa.

Dopo la pubblicazione del Manifesto, semplificato e tradotto in diverse lingue straniere, Petrini e i suoi stabilirono la data del lancio di Slow Food come movimento internazionale a Parigi nel 1989.

Molte furono le adesioni ufficiali che arrivavano a Bra dal mondo intellettuale italiano ma non solo. Per comprendere il sentimento che avvolgeva la nascita del nuovo movimento è opportuno citarne alcune concentrate in frasi brevi ma efficaci,

apparso sulla rivista "Prezzemolo", la cui redazione aveva sede sempre in via Mendicita Istruita, sui numeri del 15 ottobre e del 15 novembre del 1989.

Ad esempio Massimo D'Alema affermava:

"Slow Food non è soltanto una norma igienica, è una scelta di civiltà. Il cibo è espressione di cultura, richiede amore e arte nella preparazione ed è fonte di piacere: per questo deve essere rispettato."

E ancora Ermete Realacci:

"Mi piacerebbe pensare allo Slow Food come ad un nuovo contributo alla cultura ambientalista, uno stimolo a difendere e recuperare forme di socialità, culture e tradizioni legate al territorio, a criticare la tirannia del tempo imposto. Nel cuore di ogni ambientalista c'è la speranza di contribuire a costruire una vita più degna di essere vissuta e questo è anche Slow Food."

Gianni Mura:

"Slow Food è musica, il resto è rumore. Slow Food è radici, fiori e frutti veri. Il resto è plastica. Slow Food è la bandiera da alzare sulla Bastiglia del deserto, è la voglia di riprendersi la vita e di regolarla su ritmi umani."

Francesco Guccini con più serietà:

"Tutta la civiltà contadina ha sempre rispettato i ritmi della natura; per questo motivo ho sottoscritto con convinzione il manifesto di Slow Food."

Infine un ironico Luigi Veronelli:

“Fast Food è abbreviazione del piacere. Slow il dilatarsi. Hai un minimo di intelligenza? La scelta è immediata.” (Petrini, Padovani 2005: 98)

A Parigi, il 10 dicembre 1989, alla presenza di quattrocento soci provenienti da diciotto nazioni, uniti in una frase che sapeva di programmatico, “Rifiutiamo l’etichetta di associazione di ghiottoni: ce ne sono tante, non ne servono altre”, prende ufficialmente vita, attorno ad una tavola imbandita, il movimento internazionale Slow Food.

Un movimento che negli anni Novanta attirerà l’attenzione di tante persone diverse tra loro, come intellettuali accademici e non, ristoratori, chef, no-global, contadini, pastori, pescatori. Come ha scritto John Dickie: Slow Food ha catturato nella sua rete tutti: “gli edonistici consumatori del primo mondo e i poverissimi coltivatori del terzo mondo” (Dickie 2007: 391).

La domanda da porsi, dopo questa sommaria cronistoria, è la seguente: come è stato possibile che un movimento nato quasi per gioco dall’impegno politico negli anni Settanta di alcuni ragazzotti del Piemonte contadino, sia diventato una istituzione del cibo ascoltata a livello internazionale da governi, centri di studio e organismi internazionali!?

La risposta sta tutta nella filosofia di Slow Food, che sembra avere il sapore semplice del buon senso, quindi risulta a molti comprensibile e di conseguenza affascina.

Sì perché, per prima cosa, Slow Food è un movimento di pensiero come ricorda il suo Manifesto di fondazione, e Carlo Petrini ne è l’ideologo dalla capacità innata di dire quello che molti pensano sul cibo in maniera efficace, talvolta anche divertente. Le sue parole d’ordine visionarie hanno attirato soci da vari paesi e da tradizioni politico-ideologiche anche molto diverse tra loro, nel mondo globalizzato le sue provocazioni hanno portato il cibo al centro di un discorso di contestazione alla direzione presa dal capitalismo globale contemporaneo, criticandone il terribile impatto sulla qualità della vita nei paesi poveri del mondo, di cui molti altri

movimenti si occupano, ma anche, ed è qui la novità che attrae molti soci, riconoscendo i problemi dei paesi ricchi del pianeta. Slow Food ha infatti mostrato negli anni le povertà, nascoste dietro le luci della pubblicità e dell'effimero benessere, dei paesi ricchi dell'Occidente, proponendo una reazione concreta ai modi di vivere contemporanei.

Trattando di cibo il movimento di Bra, discute dell'impoverimento dei piccoli coltivatori e della crescente disparità economica globale, denuncia la globalizzazione, parla di crisi ambientale e pure di contrasto all'obesità e alla fame. Persone molto diverse tra loro hanno trovato in Slow Food la fonte del desiderio di un modo di vivere alternativo di cui il piacere è l'elemento centrale. Piacere per il cibo, certo, ma di conseguenza piacere anche per il recupero degli antichi riti della tavola minacciati dall'industrializzazione alimentare e dalla conseguente standardizzazione del gusto, piacere di stare al fianco dei contadini nelle prove di sopravvivenza alle grandi multinazionali nei paesi in via di sviluppo, e piacere nel creare reti di sostegno per le piccole produzioni agro-alimentari locali nei paesi "sviluppati".

Di seguito, si proveranno ad esporre le idee più innovative alla base del movimento.

4.2

RIFONDARE LA GASTRONOMIA

“Il cibo è il prodotto di un territorio e delle sue vicissitudini, dell'umanità che lo popola, della sua storia e delle relazioni che ha instaurato. Si può parlare di ogni luogo del mondo parlando del cibo che vi si produce e vi si consuma” (Petrini 2005: 33). Carlo Petrini, fonda il suo pensiero su questa consapevolezza, si può tranquillamente sostenere che, l'ideologo di Slow Food, utilizzi un approccio antropologico al discorso sul cibo. È consapevole che ciò che mangiamo è sempre un prodotto culturale risultante da una serie di processi che lo mutano, infatti è convinto

che “l’uomo raccoglie, coltiva, addomestica, sfrutta. Trasforma, reinterpreta la natura ogni volta che si nutre” (Ibidem: 32).

Petrini ha un ruolo importante perché, in qualche modo, sdogana la possibilità di riflettere sull’alimentazione in modo serio e multidisciplinare, capisce che parlando di cibo non ci si può fermare a parlare dei valori nutrizionali di un alimento, raccontare storie di cibo per lui significa trattare di agricoltura prima di tutto, di ristoranti, di commerci, di economie locali e globali. Comprende forse per primo a livello politico che il cibo può risultare il mezzo principale per interpretare la realtà, il mondo che ci circonda, perché esso riflette la complessità della vita contemporanea, l’intreccio delle culture e il sovrapporsi di filosofie produttive che sono poi delle visioni del mondo. Auspica quindi la creazione di una scienza gastronomica che si occupi di tutte le tematiche che ruotano intorno al cibo, attraverso una provocazione, dare uno *status* di scientificità alle sue argomentazioni con il recupero di un vecchio termine: “Gastronomia”.

La parola “gastronomia” è di origine greca, etimologicamente significa la “legge del ventre”, in sostanza si tratta di quell’insieme di regole necessarie per scegliere e consumare vivande con la soddisfazione dello stomaco, quelle regole cioè per mangiare bene, per il buon mangiare. Oggi infatti la parola gastronomia è confinata nell’ambito del folclore o per lo più compare sulle insegne di qualche negozio di alimentari dei centri storici delle nostre città, Petrinì mira però riscattare questo termine, a porlo alla base della propria costruzione filosofica sul cibo.

Ripropone a questo scopo una definizione di “gastronomia” di Jean-Anthelme Brillat-Savarin contenuta nel suo più importante trattato, “Fisiologia del gusto”, un testo del 1825:

“La gastronomia è la conoscenza ragionata di tutto ciò che si riferisce all’uomo in quanto egli si nutre... così è proprio essa che fa muovere i coltivatori, i vignaioli, i pescatori e la numerosa famiglia dei cuochi... la gastronomia appartiene: alla storia naturale, per la classificazione che fa delle sostanze alimentari; alla fisica, per le diverse analisi e scomposizioni che fa loro subire; alla cucina, per l’arte di preparare i cibi e di renderli piacevoli al gusto; al commercio, per la ricerca del mezzo di comprare al miglior prezzo

possibile ciò che essa consuma e di smerciare più convenientemente ciò che pone in vendita; all'economia politica, per le risorse che essa offre al fisco e per i mezzi di scambio che stabilisce tra le nazioni.”

(Brillat-Savarin 1996: 57)

Di questa, accetta l'impostazione multidisciplinare perché coglie in pieno la complessità dell'alimentazione, anzi, rinforza questa visione inserendo nomi di altre discipline scientifiche che hanno secondo lui il dovere di occuparsi di cibo, come ad esempio l'Ecologia, l'Antropologia, la Sociologia e la Geopolitica.

Infatti, per Petriani un gastronomo che non ha sensibilità ecologica e culturale non è un gastronomo, si inventa perciò l'Eco-gastronomia. L'Eco-gastronomia, la nuova gastronomia, deve aiutare ad affrontare la crisi della biodiversità, situazione che ha portato alla scomparsa di molti animali, varietà di piante, tipologie di formaggi e, ovviamente, al soffocamento delle culture contadine loro legate. Crisi che oggi mette fortemente a rischio il cibo di produzione artigianale a causa dell'inarrestabile avanzata dell'agroindustria. Perciò Petriani sostiene che i saperi gastronomici siano strettamente connessi con la biodiversità e rappresentino il modo per utilizzarla e quindi per difenderla, inoltre siano reale simbolo delle culture locali.

Critica fortemente l'operato delle multinazionali che stanno costringendo gli agricoltori ad acquistare, indebitandosi, le sementi da loro vendute per aumentarne la dipendenza economica distruggendo le tradizioni locali, con effetti disastrosi sulla qualità degli alimenti.

Riconosce amaramente Petriani: “Nella ricerca insensata del pomodoro che non invecchia o della fragola con il gene del salmone si sacrificano le specie autoctone e le varietà selezionate dalla tradizione” (Petriani 2003: 107).

Continua sulla stessa linea la sua compagna di lotta Vandana Shiva, intellettuale ambientalista indiana molto vicina a Slow Food, tanto da esserne diventata vicepresidente internazionale:

“L'agricoltura industriale è diventata una guerra contro gli ecosistemi ... infatti l'utilizzo di sementi ibride, ha legato per la prima volta i contadini alle

aziende produttrici, sconvolgendo un equilibrio secolare che aveva sempre permesso loro di utilizzare i semi raccolti di stagione in stagione.”

(Shiva 2007: 75)

In Slow Food si respira la consapevolezza che cibo e agricoltura siano la stessa parola.

La globalizzazione del sistema alimentare distrugge la diversità delle culture e delle economie alimentari locali, imponendo monoculture globali, ad esempio di riso e grano, che sono bisognose di massicce dosi di fertilizzanti chimici, pesticidi e irrigazione, l'abilità del contadino è stata sostituita da quella industriale.

Nei paesi cosiddetti “in via di sviluppo”, oggi, non sono più le donne che decidono cosa coltivare nei campi e servire in tavola, ma società globali come la Cargill, la Monsanto, la Nestlé che controllano ciò che si coltiva a livello planetario. Slow Food non fa queste dure accuse per amore di botanica ma perché è convinto che i semi non siano solo le piante che cresceranno e dunque il cibo che verrà cucinato, ma che siano, anche e soprattutto, dei veri e propri depositi di storia e cultura “il primo anello della catena alimentare”, il simbolo primario della sovranità alimentare (Shiva 2007: 59). Sovranità alimentare che Petrini definisce come: “il diritto di scegliere quale tipo di agricoltura praticare e a come e quanto nutrirsi in funzione delle proprie potenzialità economiche e delle proprie conoscenze tradizionali” (Petrini 2005: 45).

Molto interessante a tale riguardo è la considerazione critica che Carlo Petrini muove nei confronti della FAO, la *Food and Agriculture Organization* delle Nazioni Unite, che ha sempre portato avanti delle politiche del cibo abbastanza discutibili nei paesi “poveri”, per esempio regalando alimenti “fuori contesto” rispetto alle tradizioni agricole di tali regioni, introducendo elementi del tutto esterni all'ecosistema locale. Slow Food sembra credere di più al concetto di sovranità alimentare piuttosto che a quello di “sicurezza alimentare”, gli aiuti internazionali dovrebbero muovere nella prima direzione, creando, così, i presupposti per la sopravvivenza delle economie

locali. Anche le azioni internazionali, infatti, dovrebbero secondo il movimento dei “nuovi gastronomi” agire sul campo della biodiversità, perché la riduzione di biodiversità, cioè delle materie prime, rappresenta una perdita che va molto al di là del semplice fatto biologico, è perdita irreversibile di conoscenze, tecniche ed economie locali.

Slow Food è, come si è già scritto, un movimento intellettuale, e come tutti i movimenti di questo genere ha dei principi ideologici chiari, il più dirimente di tutti è stato ripreso dalle parole di un contadino-scrittore del Kentucky di nome Wendell Berry che, nel 1989, lapidario affermò: “mangiare è un atto agricolo” (Berry 2006: 127). Si tratta di un’affermazione rivoluzionaria perché il consumatore industriale, oggi, non conosce più il legame che esiste tra l’atto di mangiare e la terra, infatti, il cibo nella mente di chi lo consuma non è più associato all’agricoltura, i consumatori alimentari contemporanei soffrono per così dire di una tremenda amnesia culturale.

A pensar male si può ritenere che ad avvantaggiarsi di ciò sia proprio l’industria alimentare che non ha nessun interesse a ristabilire l’ordine delle cose “campo-tavola”, per il sostegno di un progetto di “mangiare geografico”, ma piuttosto ha vantaggi nel costruire più solidamente il binomio “supermercato-tavola”.

Secondo Slow Food invece, il gastronomo deve sapere di agricoltura, solo così può mangiare responsabilmente, perché se:

“Mangiare è un atto agricolo...Tuttavia, la maggior parte delle persone che mangiano non si rendono più conto di questa verità. Pensano al cibo come prodotto agricolo, forse, ma non pensano a se stessi in quanto partecipanti a un processo agricolo. Pensano a se stessi come “consumatori”. Se si fermano a riflettere un po’, ammettono di essere consumatori passivi.”

(Berry 1990: 145)

Sono concetti importanti, permettono un cambio di prospettiva ed è quello che auspica Carlo Petrini quando con una efficace metafora paragona il grande divario tra consumo e produzione agricola al taglio del “cordone ombelicale” che una volta era

“garantito dalla prossimità tra pratica agricola, trasformazione e consumo. Per questo, a partire dai termini, dobbiamo cambiare attitudine. Il consumo è l’atto finale del processo produttivo e di filiera: va visto come tale, non più estraneo al processo. Il vecchio consumatore deve pertanto iniziare a sentirsi in qualche modo parte del processo produttivo, conoscendolo, influenzandolo con le sue preferenze, supportandolo se in difficoltà, rifiutandolo se sbagliato o insostenibile. Il vecchio consumatore, oggi nuovo gastronomo, deve iniziare a sentirsi un coproduttore.”

(Petrini 2005: 160)

Il verbo consumare richiama l’idea del distruggere, consunzione era uno dei nomi dato alla tubercolosi in passato, una malattia che consumava il corpo fino alla morte. Nel linguaggio comune il termine “consumo” non riesce più a nascondere ciò che è il suo vero significato, cioè logoramento, usura, distruzione, annullamento, esaurimento progressivo. Il verbo mangiare inteso come atto di partecipazione alla produzione è, perciò, lontanissimo dal concetto di consumo, anzi mangiando e quindi co-producendo cibi biologici, ad esempio, si dice no alle sostanze tossiche e quindi si preserva l’ambiente, oppure mangiando perciò co-producendo prodotti alimentari locali si negano profitti e potere alle agenzie dell’agricoltura industriale e dunque si rafforzano le comunità locali proteggendone le risorse.

Il rapporto con i piccoli produttori è un elemento cruciale per l’ideologia di Slow Food, questo atteggiamento di ribellione al sistema di consumo dominante rappresenta il progetto per un sistema alimentare sostenibile ecologicamente e culturalmente. Il suo vicepresidente mondiale sentenza: “Siamo ciò che mangiamo e operando scelte in fatto di alimenti scegliamo chi e come essere”, contrastando

“l’industrializzazione e la globalizzazione dei sistemi alimentari” che “ci divide: nord/sud, produttore/consumatore, ricco/povero” (Shiva 2007: 89).

In questo orizzonte di intenti anche il produttore deve fare la sua parte, accogliendo come tale il coproduttore, comprendendo il rapporto di interdipendenza che li lega, creando delle specie di comunità produttive con al centro il cibo, che Slow Food chiama efficacemente “Comunità del cibo”.

Gli stili produttivi di stampo industriale sono i principali responsabili dell’abissale distanza tra la figura del produttore e la figura del consumatore, hanno allontanato i luoghi di produzione del cibo, cancellandoli dalla vita quotidiana della maggior parte delle persone soprattutto in Occidente.

Slow Food, crede che spogliare il cibo della sua componente geografica sia un’assurdità che elimina il senso di solidarietà, il senso di comunanza, di appartenenza, che si dovrebbe sentire verso i produttori di cibo di un determinato territorio e non permette ai piccoli produttori di sentirsi parte di una realtà locale, non permette loro di coltivare, allevare, trasformare alimenti in un’ottica gastronomica. Perché se mangiare può diventare un atto agricolo, produrre deve trasformarsi in un atto gastronomico, oggi, invece, siamo di fronte a produttori che vivono in una catena di montaggio, perché l’agricoltore nel mercato mondiale non sa, non conosce chi mangerà i suoi prodotti, il suo produrre è pienamente industriale, in questo modo non rispetta se stesso e non è consapevole dell’importante ruolo che potrebbe avere in quanto produttore di cibo.

Superare le distanze tra produzione e consumo, creare la possibilità di un reale “mangiare geografico” sembra essere la missione principale del movimento del cibo Slow Food. Petrini è convinto che la probabile soluzione ai molti problemi del cibo sia contenuta nell’idea della sussistenza, ovvero della capacità delle persone di un luogo di vivere delle loro risorse, infatti uno degli elementi che ha accelerato la transizione verso l’agricoltura industriale è stato il convincere le comunità attraverso subdoli stratagemmi, degni della propaganda sovietica più sottile, di rinunciare alla sussistenza. L’inversione di tendenza per il leader di Slow food deve invece avvenire grazie al fatto che:

“prima di tutto, qualunque Stato o comunità deve pensare a nutrire se stesso, e solo una volta raggiunto quest’obiettivo potrà pensare ai commerci” (Petrini 2005: 168).

Il problema sollevato con forza dall’associazione di Bra è quello di rilocalizzare produzione e consumi negli stessi luoghi, intesi come aree geografiche non troppo vaste. Al tempo stesso le possibilità offerte dai trasporti potrebbero sopperire alle mancanze di particolari zone geografiche che per vocazione climatica o per altri motivi non riescono a vivere di sussistenza. Ciò attiverebbe un clima di solidarietà translocale molto lontana da forme di dipendenza o mancanza di autonomia.

Il cibo deve essere rilocalizzato, perché solo così è possibile creare una rete di coproduzione che concretizzi a livello locale dei rapporti economici alternativi tra produttore e consumatore.

È chiaro che queste sono posizioni politiche belle e buone, è difficile sostenere che Slow Food sia semplicemente un’associazione di buongustai.

La rilocalizzazione è una risposta politica alla globalizzazione, è una proposta che disturba il sonno degli amministratori delegati delle grandi *corporations* dell’alimentazione.

Mettere al centro le comunità locali, il loro cibo, la loro cultura, i loro usi e costumi e il territorio è infatti l’alternativa economica a un’agricoltura centralizzata e industrializzata. È un grido, per dirla con parole d’altri tempi, contro il dominio mondiale del sistema capitalistico.

Ma in che modo Slow Food rende possibile l’avanzare dell’“internazionale contadina”?

4.3

TERRA MADRE, LE COMUNITA’ DEL CIBO

Nel concreto, attraverso diverse iniziative e campagne critiche, Slow Food svolge “un’attività di accompagnamento, supporto, messa in rete e promozione dello

sviluppo rurale nei territori a nord come al sud del mondo” (Dansero, Peano 2012: 4). Il suo scopo è quello di attivare le pratiche di un nuovo modello alimentare, rispettoso dell’ambiente, delle tradizioni e delle identità locali, che sia capace di avvicinare e rendere partecipi i consumatori al mondo della produzione, cercando di creare una rete virtuosa di relazioni internazionali che abbia al centro il cibo locale come strumento per garantire la sovranità alimentare e proteggere gli ecosistemi coltivandoli in modo sostenibile, salvare le specie e le razze autoctone e, non per ultimo, aiutare i contadini a uscire dall’isolamento sociale e commerciale a cui li costringe l’industria alimentare e la grande distribuzione.

Questi obiettivi coinvolgono le cosiddette “comunità del cibo”, le quali al loro interno raggruppano tutte le persone coinvolte in una catena produttiva alimentare che sia storicamente, socialmente e culturalmente legata ad un determinato territorio e a un prodotto particolare del paesaggio che abitano.

Quindi le “comunità del cibo” possono essere composte da contadini, cuochi, da chi conserva i semi, da pescatori, da raccoglitori di piante selvatiche e da allevatori. Questi per Slow Food devono operare nell’ambito di una produzione sostenibile su piccola scala di prodotti di qualità, essendo l’unica risposta possibile davanti ai problemi causati dall’agricoltura intensiva e dalla standardizzazione imposta da un’industria alimentare rivolta al mercato di massa.

La diversificazione delle piccole produzioni di qualità è uno dei fondamenti dell’azione di Slow Food che, sostenendo le “comunità del cibo”, si oppone infatti all’omologazione tipica della logica della produzione industriale che schiaccia i piccoli produttori locali creando una crescente dipendenza alimentare.

Mangiare locale, “mangiare geografico” diventa così una proposta politica radicale, una via di liberazione che Slow Food vuole percorrere. “La “comunità del cibo” si configura come soggetto centrale per una nuova politica globale del cibo” (Petrini 2009: 41). Questa non deve essere pensata come composta solo dai produttori ma vede coinvolti anche i consumatori organizzati, che in questo modo stipulano un’alleanza con i contadini, i consumatori divengono così coproduttori, entrando, quindi, a far parte attiva nella “Comunità del cibo” insieme a chi coltiva, alleva, trasforma e distribuisce.

Le “comunità del cibo” possono essere definite come le avanguardie di un sistema alimentare alternativo, in quanto sono fortemente radicate nel territorio su cui è distribuita la loro popolazione e si prendono cura di quella porzione del mondo: coltivare molto spesso, infatti, vuol dire preservare un paesaggio. Così il locale non appare più come appendice del globale, prova ad emanciparsi da economie e culture globali. I luoghi fortemente localizzati letteralmente incarnati nelle “comunità del cibo” non sono più semplicemente i destinatari di forze globali, ma al contrario possono riuscire ad esserne l’origine e i propagatori, modificando il potenziale politico delle realtà locali.

Soltanto mettendo in rete le realtà locali rappresentate dalle “Comunità del cibo” è possibile influire sui temi globali: per Slow Food, i territori sembrano diventare quindi terreni di resistenza identitaria da mettere in relazione tra loro, costruendo una globalizzazione virtuosa dal basso.

“Terra Madre”, è il luogo dove questo avviene, è un evento che dal 2004, a scadenza biennale, si tiene a Torino parallelamente al “Salone del Gusto” per iniziativa sempre di Slow Food. Nei padiglioni della fiera del capoluogo piemontese ogni due anni si riunisce una sorta di “internazionale contadina”, i rappresentanti di tutte le “Comunità del cibo” provenienti dai cinque continenti si ritrovano a discutere dei loro problemi unendo le forze per provare a cambiare il sistema che li danneggia. “Terra Madre” perciò, è l’occasione concreta per generare una nuova prospettiva sul cibo, è la piattaforma che rende possibile la comunicazione tra produttori e coproduttori molto diversi tra loro per cultura e storia, ma con molte problematiche in comune. L’assise contadina è una sorta di cassa di risonanza che dà voce e visibilità alle piccole realtà produttive locali, ed è l’economia locale appunto ad essere messa al centro dell’attenzione, questa è considerata in grado di garantire una ricaduta immediata di benefici sul territorio, sganciando le produzioni di cibo dalla mano invisibile del mercato globale.

Per capire meglio il tono dell’evento si è deciso di riportare i punti che seguono alla voce “Gli obiettivi”, contenuti in un fascicolo informativo diffuso da Slow Food intitolato appunto “Terra Madre”, che mira a presentarne il progetto in modo semplice, quasi didattico:

“Dobbiamo riappropriarci del nostro cibo, salvaguardare i nostri paesaggi e le culture che li animano. Con piccoli gesti, **Terra Madre** cammina verso un grande obiettivo: garantire a tutti, anche alle generazioni future, cibo di qualità.

Cosa vuol dire? Un cibo è di qualità se risponde a tre principi correlati, se è “Buono, pulito e giusto”. **Buono**: un cibo quotidiano fresco e saporito che soddisfa i sensi e fa parte della nostra cultura locale; **Pulito**: prodotto senza danneggiare l’ambiente o la salute dell’uomo; **Giusto**: che garantisce ai produttori condizioni e guadagni equi e ai consumatori prezzi accessibili.

Per raggiungere questi scopi, Terra Madre sostiene le economie locali mettendo in rete tutti gli attori coinvolti.

Promuovendo il cibo di qualità e le filiere corte, Terra Madre salvaguarda:

LA BIODIVERSITÀ AGRICOLA E ALIMENTARE

Prediligendo le varietà e le razze locali, adattate da secoli al territorio, limitiamo i trattamenti chimici e partecipiamo alla salvaguardia dell’ambiente, della cultura e dei sapori.

LA SOVRANITÀ ALIMENTARE

Tutti i popoli devono essere in condizione di decidere quali cibi coltivare e come trasformarli. Riportare l’agricoltura ad una dimensione locale vuole dire garantire un libero utilizzo della terra, specialmente nei paesi in via di sviluppo, dove il passaggio dall’agricoltura familiare alle monoculture per l’esportazione compromette la sopravvivenza stessa della comunità.

LA PRODUZIONE DI PICCOLA SCALA

Sostenere le economie locali vuol dire creare un'alternativa a un sistema iperproduttivo che ha inquinato la terra e l'acqua, distrutto l'identità culturale di intere popolazioni e ridotto drasticamente la biodiversità. La produzione alimentare di piccola scala rispetta le culture locali e si basa sulla saggezza delle comunità.

LE LINGUE, LE CULTURE E LE TRADIZIONI

Tutelando le produzioni tradizionali legate alla cultura locale e al territorio assicuriamo un futuro alla lingua, alle usanze, all'identità di ogni comunità.

L'AMBIENTE

L'agricoltura e la pesca sono strettamente legate all'ambiente. Non possono essere trattate come settori dell'economia, soggetti alle leggi della domanda e dell'offerta. Dobbiamo far sì che la produzione alimentare elimini o riduca l'uso di sostanze chimiche, protegga la fertilità della terra e i nostri ecosistemi idrografici, elimini o riduca gli sprechi, promuova le fonti energetiche sostenibili.

UN COMMERCIO EQUO

La giustizia sociale e il commercio equo si possono realizzare attraverso un sistema produttivo che rispetti i produttori, garantendo loro un giusto guadagno e al tempo stesso prezzi accessibili per i consumatori, rispettando la diversità culturale e le tradizioni. Una filiera alimentare breve è uno degli elementi chiave dell'agricoltura sostenibile. Le reti del cibo locali limitano l'impatto ambientale grazie alla riduzione dei trasporti, valorizzano la produzione locale e contribuiscono a preservare la cultura alimentare di ogni regione. Inoltre, riducendo il numero di passaggi intermedi, è possibile

ottenere condizioni economiche eque sia per i produttori sia per i consumatori.

I SAPORI

Privilegiare la filiera corta vuol dire dirigere i propri acquisti verso prodotti freschi, legati alla stagione e al territorio, ricchi di sapore per il palato e per la mente, perché legati alla cucina e alla cultura locale.

LE RELAZIONI

In un'economia locale, si rinforzano i legami sul territorio e nascono relazioni di fiducia tra produttori e consumatori. Il beneficio economico è immediato e si moltiplicano le relazioni personali e sociali, un dato difficilmente quantificabile, ma altrettanto importante!" (Drago, Meisman 2011: 6-7)

Alcuni accusano Slow Food di presentare una visione nostalgica delle realtà locali per favorire il turismo e la commercializzazione dei prodotti locali. Certo, il tema della località è molto presente, è il *fil rouge* del testo virgolettato appena citato. Però, non bisogna assolutamente confondere Slow Food con un'agenzia di promozione turistica!!!

Infatti, l'impostazione teorica è ben diversa, ad esempio, dai meccanismi retrostanti alla concessione del marchio DOP, in quel caso il locale va protetto per essere venduto sul mercato globale dei prodotti di nicchia, per Slow Food il locale va costruito quotidianamente attraverso lo scambio e il consumo locale dei prodotti, attraverso un "mangiare geografico" quindi.

La chiave di lettura per cogliere la concezione del "locale" portata avanti dall'associazione, sta proprio nel suo impegno critico nei confronti della globalizzazione, nel pensare le realtà locali come un "sistema di connessioni, di luoghi, persone, storia, cultura", che "rappresenta un insieme dinamico di rapporti

sociali oggi minacciato dai cambiamenti portati dalla globalizzazione nonché dalla sua capacità di cancellare le specificità culturali” (Parkins, Craig 2006: 100).

PRESIDIARE IL CIBO LOCALE

Tra le azioni di Slow Food più note al grande pubblico ci sono quelle riguardanti il progetto dei Presidi. Nato per sostenere le produzioni locali a rischio di estinzione, proteggere culture ed ecosistemi unici, recuperare tecniche di lavorazione tradizionali e salvaguardare razze animali e varietà vegetali autoctone.

L'iniziativa rappresenta la naturale emanazione dell'“Arca del Gusto”⁸ un'idea nata tra il 1996 e il 1998, che Slow Food ha sviluppato per catalogare tutti i prodotti minacciati di estinzione, con lo scopo di renderli riconoscibili come alimenti che rischiavano di scomparire dal panorama della gastronomia mondiale (Petrini 2005: 156). La metafora dell'“Arca”, ripresa dai racconti biblici, infatti, rappresenta un'ideale imbarcazione-rifugio che viaggia per il mondo in soccorso delle piccole produzioni minacciate dal “diluvio” dell'agricoltura industriale, del degrado ambientale e dell'omologazione. Ancora oggi c'è una commissione internazionale che opera instancabilmente per segnalare i prodotti da immettere nell'elenco, si tratta di sapori/saperi che devono essere salvati da situazioni pericolose, ma che al contempo sono ancora vivi e hanno concrete possibilità. Facendo un paragone non più di tanto forzato, si può definire l'“Arca del Gusto” come una sorta di “WWF del cibo”. Oggi l'“Arca” ospita più di 1050 prodotti da salvare distribuiti in 69 paesi.

⁸ “L'Arca del Gusto” nasce nel 1996, in occasione del primo Salone del Gusto torinese. Nel 1999 nasce la Commissione Scientifica dell'Arca Italiana, che individua le categorie dei prodotti e i criteri di selezione.

Il lavoro dell'Arca Italiana si dimostra fertile: in molti altri Paesi del mondo nascono Commissioni che iniziano a lavorare, catalogando prodotti. I primi a mettersi all'opera sono gli americani e i tedeschi, seguiti da svizzeri, olandesi e francesi.

Il 26 ottobre 2002, al Salone del Gusto, tutte queste esperienze si incontrano e nasce una Commissione Internazionale dell'Arca.

La Commissione Internazionale integra i criteri di selezione, in modo che diventino strumenti di lavoro adatti al contesto internazionale e mette in rete le esperienze di tutto il mondo. Inoltre seleziona direttamente i prodotti dell'Arca nei paesi in cui non esistono commissioni o non esiste una rete associativa.” (<http://www.fondazione Slow Food.it/arca/37/storia>)

Tuttavia, una volta stilato l'elenco Petrini e la Commissione Scientifica dell' "Arca" rifletterono su come salvare con i fatti questo patrimonio a rischio, fu allora che nacque l'idea dei Presidi ossia di singoli progetti mirati e diversificati a seconda del tipo di intervento da attuare, coinvolgendo direttamente i produttori nella valorizzazione dei prodotti, individuando, ad esempio, nuovi canali di distribuzione, costruendo infrastrutture. Slow Food passò dunque dalle parole, l'elenco dei prodotti a rischio, ai fatti, i Presidi, ma come iniziò la storia dei Presidi?

Se ne contano oggi 350 sparsi per tutto il mondo e si calcola coinvolgano circa diecimila piccoli produttori (Dansero, Peano 2012: 4).

Quale fu il loro prototipo?

Tutto prese sviluppo da un'esperienza diretta che Carlo Petrini ebbe durante una visita alla fiera agricola di Morozzo, nelle Langhe, manifestazione che si tiene nel periodo prenatalizio. Le contadine del luogo interessate dall'evento erano solite allevare dei capponi di grande qualità, ma al momento della visita nel 1998, il fondatore di Slow Food riscontrò che il panorama della fiera era davvero diventato avvilente, poiché in quella zona l'economia contadina era messa a dura prova e quindi la tradizione del cappone si stava perdendo, poche donne lo allevavano ancora e pochissimi erano i compratori che partecipavano all'antica fiera di Morozzo. Direttamente dalle parole di Petrini: "In sostanza, la pratica onerosa, animata da grande *savoir faire* e passione, di allevare queste bestie non era più gratificata da una giusta remunerazione e aveva ridotto la fiera a una testimonianza molto triste sui tempi che furono" (Petrini 2005: 157).

Risultò chiaro che l'unico modo per tenere in vita la tradizione dei capponi di Morozzo sarebbe stato quello di mettere in essere un'operazione commerciale che avesse l'obiettivo di garantire una giusta remunerazione alle contadine, il presidente di Slow Food pensò di proporre a quelle donne di campagna di allevare per la fiera dell'anno successivo mille capponi che Petrini stesso si sarebbe impegnato a comprare per un prezzo quasi doppio di quello che veniva pagato nel '98. Nel gennaio del 1999 fece convocare tutti gli allevatori nella sala del Comune di Morozzo e lanciò l'offerta:

“l’atmosfera era un po’ tesa, mi ricordo ancora queste facce contadine, abituate ad essere bistrattate, senza più fiducia e appena un filo di speranza. L’incredulità era comprensibile: l’offerta del cittadino doveva suonare piuttosto strana, avranno pensato o che cercavo di ingannarli o che ero una dama di carità.” (Petrini 2005:158)

Mille capponi non erano pochi e Petrini tribolò la sua parte per mantenere la parola data, vendere al doppio del prezzo del mercato non sarebbe stata impresa facile, grazie però ad una rete di amici, diffuse la notizia e riuscì ad effettuare le vendite. Capì in quel momento che il gruppo di persone che partecipò all’acquisto si era reso protagonista insieme ai produttori di aver salvato i capponi di Morozzo dalla scomparsa, le persone che aveva coinvolto erano diventate in quel momento coproduttori.

La gente, capiva che il valore aggiunto di questi prodotti di qualità andava riconosciuto, chi partecipò all’“operazione-capponi” non era più un semplice consumatore, ma una persona che si era fatta carico di una parte del sistema produttivo, anche solo dal punto di vista culturale.

La fiera di Morozzo sopravvive ancora oggi, le donne insegnano ancora alle figlie ad ingrassare i capponi.

Quel giorno fu dimostrato che l’idea dei Presidi poteva funzionare veramente, Slow Food dopo tante belle parole aveva finalmente l’occasione di dimostrare nei fatti la validità delle proprie posizioni, aveva trovato uno strumento d’azione valido.

I produttori dei Presidi Slow Food fanno parte di molte delle “comunità del cibo” partecipanti agli incontri di “Terra Madre”, anzi si può affermare che le origini dell’idea del soggetto “Comunità del cibo” possono essere rintracciate proprio nella rete di persone che circonda un Presidio, persone che producono, trasformano e distribuiscono cibo di qualità in maniera sostenibile, fortemente legate ad un preciso territorio da un punto di vista storico, culturale e sociale.

Le strutture associative locali di Slow Food, note come “condotte”, costituite da gruppi di soci che dedicano in modo volontario tempo ed energia per diffondere la filosofia dell’associazione, traducono le idee in realtà occupandosi concretamente del funzionamento dei Presidi istituiti nelle zone geografiche di riferimento.

Nel capitolo V si prenderà in considerazione l’operato di Slow Food sull’area geografica della città di Verona, concentrandosi sul caso particolare di un Presidio.

Prima, però, pare corretto riportare alcune voci critiche verso l’operato del movimento di Bra.

4.5

CRITICHE COMUNI A SLOW FOOD

È scontato che posizioni chiare e nette come queste non possano piacere a tutti, per questo l’operato di Slow Food è stato negli anni sottoposto a varie critiche, alcune di queste hanno dato vita ad un libro dal titolo *Mangi chi può, meglio meno e piano, l’ideologia di Slow Food* scritto da Luca Simonetti (Mauro Pagliai Editore, Firenze 2010).

L’autore definisce Slow Food come una “conventicola di ghiottoni”, denunciando il carattere elitario dell’associazione, un gruppo di persone abbienti che hanno messo in piedi una sorta di multinazionale dell’antiglobalismo culinario con filiali in molti paesi e il quartier generale in Italia, dove, secondo l’autore, Slow Food riesce ad agire come una *lobby*, influenzando pesantemente le scelte politiche in un settore importante come quello dell’agroalimentare. Citando come esempio l’opposizione radicale agli OGM da parte del Ministero delle Politiche Agricole italiano, scelta secondo Simonetti, dettata dal potere di Slow Food e non dal buon senso dell’istituzione pubblica.

L'autore, inoltre, critica la ferma opposizione del movimento all'agricoltura industriale definendo la difesa dell'agricoltura tradizionale come ideologicamente antiprogredista e fuori dalla storia, Simonetti non si capacita del perché il sistema innescato dalla *Green Revolution* non debba essere accolto in pieno dati i suoi indiscutibili vantaggi in termini quantitativi, bollando le campagne di sensibilizzazione di Slow Food sul tema, come rigurgiti nostalgici di un mondo contadino idealizzato.

Di questi sospetti e di altre critiche sull'operato dell'associazione si troverà traccia più avanti nel testo, all'interno dell'intervista sottoposta alla responsabile di un Presidio del territorio veronese, sarà significativo notare come sia comune il dubbio, pronunciato anche dagli stessi contadini coinvolti nel progetto, che nelle iniziative del movimento di Carlo Petrini, sia del tutto impossibile che non si nascondano interessi commerciali particolari.

Altri, criticano Slow Food per il presunto risvolto elitario di alcune sue iniziative, sono critiche queste con basi probabilmente più salde di quelle mosse da Luca Simonetti nel suo libro!

Interessante, ad esempio, è la riflessione che ipotizza dietro la cosiddetta riscoperta dei cibi locali, promossa da Slow Food, la possibilità che ci possa essere in fin dei conti solamente:

“L'esperienza polisensoriale di alcune privilegiate categorie di persone post-consumatrici di massa che fanno del ricorso al tradizionale, al genuino, al tipico al casereccio, uno stile alternativo di vita per attuare nuove forme di distinzione sociale.” (Di Renzo 2008:3)

L'accusa rivolta a Slow Food di creare un consumo di nicchia potrebbe reggere se l'associazione si fermasse alla promozione di prodotti costosi e rari, ma, come si è visto, il movimento mira proprio all'esatto contrario: alla creazione di reti alimentari locali che permettano l'abbassamento dei prezzi dei prodotti di qualità, rendendoli accessibili alla gente del posto, cosa che invece oggi non avviene perché questi

beni sono perlopiù commercializzati nel mercato di nicchia globale, pensato per consumatori, spesso stranieri, di estrazione sociale elevata.

La nostalgia quindi, sembra essere in realtà un sentimento abbastanza lontano dal movimento di Carlo Petrini, la visione di Slow Food pare proiettata verso il futuro, verso la costruzione politica, attraverso il cibo, di una rete di realtà locali.

Slow Food sembra, infatti, farsi promotore di una serie di azioni su scala locale aventi l'obiettivo di attivare importanti ripercussioni a livello globale.

CAPITOLO V

Questo capitolo nasce come voglia di controprova a tutto ciò che è stato detto finora su Slow Food, l'intento, infatti, è quello di capire come il movimento si muove, nel concreto, a livello locale.

Oggetto dell'indagine è stata l'attività dell'associazione nella provincia di Verona, città veneta molto importante per il suo posizionamento geografico: è infatti lo snodo in cui passano molte merci dirette dall'Italia in Europa, e viceversa, grazie al comodo passaggio del Brennero, raggiungibile percorrendo la Val d'Adige.

È la città che ospita ogni anno il *Vinitaly*, la più importante rassegna internazionale al mondo sul vino. È una città che di agricoltura ci vive, le sue produzioni vinicole eccellenti, vino Amarone in testa, sono ormai da decenni riconosciute in tutto il mondo.

È una città che rischia di conoscere ben presto gli effetti indesiderati dell'agricoltura forzata, la monocoltura del vigneto è in forte espansione: paradosso del marchio DOP.

Una città in cui Slow Food ha deciso di istituire due Presidi, uno a tutela del formaggio Monte Veronese di malga⁹, antico formaggio ottenuto da latte di più mungiture (*monte*), che ha riunito i caseifici e le malghe disponibili a produrre Monte Veronese d'allevato con latte d'alpeggio, l'altro, a difesa del Pero Misso, nel seguito di questo capitolo prenderemo in esame quest'ultimo perché più particolare e quindi forse più stimolante intellettualmente del primo.

Ma l'operato del movimento guidato da Carlo Petrini nella realtà veronese non si ferma a queste due iniziative, brevemente si riportano nel paragrafo che segue altri

⁹ “Fino a qualche decennio fa si contavano oltre cento malghe sui monti Lessini, alcune di queste costruite dai cimbri. Oggi sono case per vacanze oppure alpeggi per bovini da carne. Solo due hanno ancora un laboratorio di caseificazione. Il latte prodotto in estate veniva portato nei caseifici a valle e qui era mescolato magari con la produzione delle vacche in stalla. Esiste quindi un rischio oggettivo di perdere le malghe, quindi non solo perdere formaggi di alta qualità ma anche mettere a repentaglio l'ecosistema della montagna” (brochure informativa). Slow Food, insieme al Consorzio di tutela del Monte Veronese, rende distinguibile il formaggio lavorato in malga grazie a un marchio, la M di malga, apposto a fuoco sullo scalzo della forma accanto a quello della DOP.

progetti, per lo più allo stato embrionale, non ancora quindi meritevoli di una ricerca approfondita, ma comunque degni di essere citati.

5.1

L'AZIONE DI SLOW FOOD NEL TERRITORIO VERONESE

Anche nel territorio veronese l'associazione Slow Food concorre in maniera significativa alla ridefinizione di una nuova geografia rurale e gastronomica all'insegna della protezione di particolari prodotti o metodi di lavorazione, Slow Food cerca attraverso una serie di iniziative più o meno avviate di tutelare gli aspetti della cultura materiale che fanno riferimento ai saperi tecnologici e culturali delle comunità locali. A ragione rimarca la giovane ricercatrice Michela Badii "Slow Food si presenta come uno degli orizzonti del cibo *buono da pensare*" (Badii 2012: 74), proponendo un importante processo di mappatura dei prodotti della biodiversità locale su scala mondiale. Il suo operato ricorda molto quello dei primi etnologi che giravano l'Italia per annotare sui propri taccuini quella varietà immensa di tradizioni popolari legate al mondo contadino che, nel corso dell'Ottocento, si era capito essere vicino alla scomparsa a causa dell'incipiente processo di industrializzazione della Penisola. Gli antropologi di oggi ringraziano, la vocazione alla registrazione quasi enciclopedica di miti, riti, feste e usanze compiuta in quel tempo, forse, i gastronomi del futuro saranno allo stesso modo grati al movimento internazionale Slow Food riconoscendo nelle sue iniziative un tentativo di "antropologia applicata" a favore di sapori e saperi messi in pericolo dal processo di globalizzazione e industrializzazione a cui è sottoposta oggi la sfera dell'alimentazione.

Riprendendo il concetto di "comunità del cibo" Slow Food nel veronese ne riconosce ben otto.

Sono parte della rete di Terra Madre, una rete fatta di comunità e di persone che circondano uno specifico prodotto locale, facendo in qualche modo quadrato intorno ad esso. Se ne propone ora, una breve citazione ciascuna.

C'è la **comunità dei “produttori artigianali del tortellino di Valeggio sul Mincio”**, in questo paesino dove la provincia di Verona si sposa con quella di Mantova, il tortellino viene preparato a mano negli oltre quaranta ristoranti, nelle botteghe artigiane e ancora in buona parte delle famiglie. Secondo le parole di Slow Food

“si tratta di una tradizione, che si è tramandata di generazione in generazione, tanto da creare una vera e propria comunità di produttori, ristoratori e operatori che sostengono l'economia locale, grazie al tortellino, espressione di tipicità e identità del territorio. L'intero paese ruota intorno a questa specialità, espressione al contempo di piccola economia locale e filiera corta. Il compito di tutti gli attori della filiera produttiva è di esaltare e valorizzare le qualità del prodotto, espressione della manualità e delle materie prime di qualità del territorio, in contrapposizione alle imitazioni, frutto di produzioni industriali meccanizzate.” (www.terramadre.info)

Ogni anno sul lungo ponte visconteo di Borghetto sul Mincio, frazione di Valeggio, l'“Associazione dei Ristoratori” locali e i pastifici artigianali danno vita a una lunghissima tavolata, dove gli amanti del tortellino si ritrovano in una calda sera d'estate per celebrarlo come in una sorta di liturgia gastronomica.

Slow Food ha capito, attraverso il riconoscimento di questa “comunità”, che dire Valeggio per le genti locali vuol dire tortellino artigianale, un simbolo del territorio che però fatica a resistere sotto i colpi del marketing pubblicitario dei grandi pastifici industriali locali. L'idea interessante che passa sembra essere questa: se vuoi gustare il tortellino artigianale, vai a Valeggio, compralo direttamente a Valeggio. Solo in questo modo mangiare tortellini significa assicurare il modo di produzione artigianale, garantire una prospettiva.

Sempre a Valeggio sul Mincio Slow Food ha poi riconosciuto una **“comunità del cibo” nella scuola dell’infanzia “Cà Prato”**. Si tratta, infatti, di una delle scuole aderenti al progetto “orto in condotta”, iniziativa che Slow Food ha sviluppato in Italia dal Duemila e che si rivolge agli istituti scolastici con l’intento di avviare una forte azione di educazione alimentare partendo appunto dalle giovani generazioni. Nel caso specifico al progetto collabora anche l’istituto alberghiero “Luigi Carnacina”, che nella scuola organizza laboratori di pasta fresca con ripieni delle verdure provenienti dall’orto scolastico. L’obiettivo didattico è quello di mostrare ai bambini cosa succede dopo aver colto i prodotti offerti dall’orto sensibilizzandoli sul buon senso della filiera corta.

“Accanto a queste iniziative si sono svolte attività di scoperta e tutela del territorio come la valutazione dello stato di salute delle acque del Mincio attraverso lo studio di macroinvertebrati, un progetto che ha visto i ragazzi impegnati con vetrini e microscopio per la difesa dell’ambiente. Oppure la ricerca storico-culturale di Valeggio e Borghetto, che racchiudono tra le case i resti, di uno dei sistemi difensivi medievali più importanti d’Europa.”
(www.terramadre.info)

Probabilmente parte di questi bambini un domani entrerà a far parte della “comunità dei produttori del tortellino”, l’obiettivo di Slow Food non sembra, però, quello di voler scrivere il futuro alle nuove generazioni, ma piuttosto di renderle consapevoli delle ricchezze del territorio in cui sono nati, attraverso progetti educativi molto aderenti alle problematiche locali.

Spostandosi geograficamente verso altre zone della provincia veronese il movimento Slow Food, nella sua espressione di Terra Madre, riconosce altre sei “comunità del cibo”, altri sei nodi della rete mondiale contadina che il movimento sta cercando di tessere anno dopo anno, iniziativa dopo iniziativa:

La **“comunità del cibo dei produttori di olio Grignano di Mezzane di Sotto”**, si riunisce intorno al cultivar Grignano, una varietà di olivo coltivata autoctona delle colline veronesi

“che si sviluppa in un’area non ancora industrializzata e per questo è oggetto di salvaguardia e valorizzazione. Nella valle di Mezzane, grazie alla conformazione stretta e protetta dalle correnti fredde del nord, l’olivo, destinato all’autoconsumo delle famiglie contadine, ha trovato un microclima ideale. Si tratta di una varietà di olivo rustica e resistente alla rigidità dell’inverno.” (www.terramadre.info)

La **“comunità dell’asparago di Verona”**, è una comunità composta da ventisei produttori locali che coltivano tra le altre cose anche questo asparago e da ventidue ristoratori della provincia di Verona, che hanno scelto di inserire questo prodotto nei propri menù stagionali, contribuendo ad assicurare uno sbocco commerciale locale alla produzione. Infatti, scrive Slow Food,

“l’obiettivo della comunità è di promuovere questo prodotto nel territorio di appartenenza e di sensibilizzare i ristoratori e i consumatori perché prediligano questo prodotto in alternativa a quelli che provengono da altre località italiane ed estere. Oltre a riconoscere e valorizzare il lavoro dei produttori locali, la comunità si impegna a diffondere in particolare il consumo dell’ortaggio fresco, appena colto: questa condizione, nel caso dell’asparago, è determinante per ridurre la perdita delle caratteristiche organolettiche. L’asparago infatti è tra gli ortaggi che subiscono più rapidamente un impoverimento della qualità dal momento della raccolta a quella del consumo.”

A confermare le cose dette nel capitolo precedente, lo scopo delle “comunità del cibo” e di questa in particolare è quello di costruire il “mangiare geografico”

attraverso operazioni tangibili, come ad esempio di indirizzare l'asparago di Verona sul mercato locale, ad esempio, favorendone l'acquisto attraverso l'istituzione di punti vendita diretta gestiti dagli stessi produttori, giacché “la filiera corta offre all'acquirente la freschezza e consente al produttore di evitare i passaggi intermedi di distribuzione, assicurando al coltivatore una più giusta remunerazione” (www.terramadre.info) al riparo da speculazioni incontrollabili.

Un'altra comunità del cibo veronese che si forma a cornice di un ortaggio locale è la “**comunità dei produttori del broccoletto di Custoza**”.

“La comunità è formata da nove produttori privati che, in collaborazione dell'associazione pro-loco di Custoza, si impegnano per la salvaguardia di un ortaggio ormai raro, il broccoletto di Custoza. La comunità è attiva nella promozione e nella valorizzazione della sua zona di produzione, di origine morenica e prevalentemente calcarea.” (www.terramadre.info)

Anche in questo caso l'associazione dei ristoratori locali fa in un certo senso parte della comunità dei produttori in veste di co-produttore, perché ha scelto di cucinare nei propri locali questa dolcissima varietà durante l'inverno, cioè nel pieno del periodo della raccolta, così, oltre a garantire un riconoscimento economico ai coltivatori, svolge anche una funzione da cassa di risonanza per fare conoscere il prodotto nel periodo in cui è acquistabile direttamente nei dintorni dei ristoranti.

C'è poi la “**comunità dei produttori di Stortina veronese**”, la Stortina è un salame tipico delle Valli Grandi Veronesi che secondo Slow Food

“storicamente rappresentava, quando era prodotto, un momento di grande partecipazione popolare, che vedeva coinvolti allevatori di maiali, contadini, privati cittadini, trasformatori e cuochi. La particolare conservazione sotto lardo in pentole di terracotta ne permetteva l'utilizzo durante tutto l'anno,

trasformandolo nel principale prodotto da offrire, insieme al pane fresco e a un buon bicchiere di vino, nei momenti di socialità”.

Si capisce dall’uso del tempo verbale all’imperfetto che questa è forse la comunità del cibo nella realtà locale veronese meno proiettata al futuro, cerca di tutelare una tradizione che probabilmente aveva senso di esistere soprattutto nell’universo contadino, comunque, lo scopo della comunità, l’unica a ben vedere, tra quelle passate in rassegna, che sa un po’ di nostalgia, è quello “di mantenere viva la tradizione di produrre in proprio, a uso privato, la stortina, ma anche promuoverne l’utilizzo nella ristorazione locale.” (www.terramadre.info)

Importantissima nella realtà veronese soprattutto a livello simbolico è la **“comunità del cibo dei vignaioli delle Marogne della Valpolicella”**, si tratta di un piccolo gruppo di vignaioli ancora dediti alla coltivazione della vite sulle antiche terre terrazzate della Valpolicella, queste sono sorrette da muretti a secco fatti con pietra locale, chiamati appunto Marogne. Coltivare ancora sui terreni sorretti dalle Marogne significa rispettare un territorio e conservare un paesaggio agricolo antico, un tempo utilizzate anche per il frumento, questi muretti rappresentano, infatti, il frutto di un secolare e invisibile lavoro a livello comunitario “i vignaioli sono aiutati in questa opera di recupero da altri operatori locali come architetti, manovalanza specializzata in restauro e ristoratori che propongono vini provenienti e identificati come Vini delle Marogne”, quindi “la comunità si prefigge di valorizzare e preservare il territorio attraverso il vino, mantenendo in vita tradizioni, usi, costumi e sapori del passato sempre in prospettiva futura” (www.terramadre.info). Questa specifica iniziativa sostenuta da Slow Food rende concreta quell’idea che vede il territorio nel cibo, bere un vino delle Marogne nell’intento dell’associazione significa salvare un paesaggio che rischia di disgregarsi, infatti, piantare vite su terreni poco scoscesi sarebbe sicuramente più comodo e redditizio.

Infine, nella montagna veronese, nota come Lessinia, si trova l'ultima "comunità del cibo" della provincia, la "**comunità dei produttori biologici della Lessinia**", composta da "un gruppo di cinque agricoltori biologici, si occupa del recupero di vecchie varietà locali di frutta e della promozione dell'agricoltura biologica montana". Infatti

"con l'introduzione dell'agricoltura moderna molte antiche varietà locali si stavano perdendo: sono state recuperate 14 tipi di mele e 10 di pere. È stata inoltre creata una piccola banca genetica, su un terreno concesso dal Comune di San Pietro Incariano in provincia di Verona, dove sono custodite tutte le varietà oggetto di recupero." (www.terramadre.info)

La comunità è nata sull'onda dell'entusiasmo provocato dall'istituzione del Presidio del *Pero Misso*, riguardante una particolarissima varietà locale di pera.

Prima di addentrarsi nel Presidio veronese in oggetto, si cercherà di inquadrare un po' meglio, come può nascere nei fatti e secondo i regolamenti di Slow Food il progetto di un Presidio.

5.2

COME NASCE UN PRESIDIO SLOW FOOD

“I Presidi coinvolgono comunità di produttori disponibili a collaborare e a decidere insieme regole di produzione e forme di promozione del prodotto. L’obiettivo è salvare razze autoctone, varietà vegetali e trasformati artigianali che rischiano di scomparire, rafforzando l’organizzazione dei produttori, valorizzando territori d’origine, preservando tecniche e saperi tradizionali, promuovendo pratiche sostenibili”. (Peano, Sottile 2012: 3)

Oggi, i Presidi sono più di quattrocento distribuiti su cinquanta paesi in tutto il mondo, attraverso questa iniziativa concentrata su particolari prodotti, Slow Food vuole ostacolare la crescente tendenza alla globalizzazione delle produzioni e dei consumi, una dinamica in atto che per mezzo di un’omogeneizzazione culturale che rischia di determinare un’inevitabile perdita di biodiversità.

Quest’ultima intesa non soltanto come patrimonio genetico, ma anche e soprattutto come il motore che rende possibile la diversità tra territori, culture locali e saperi gastronomici.

Per esempio, anche i trasformati sono considerati da Slow Food biodiversità alimentare in quanto rappresentano un patrimonio importante delle comunità locali, si tratta del risultato di saperi tramandati di generazione in generazione per cibi come ad esempio il latte, la frutta. L’elaborazione artigianale, i saperi della mano sono capaci, infatti, di raccontare una cultura locale, riuscendo nel caso del cibo a svincolare i produttori dai cicli stagionali. Slow Food è consapevole del fatto che, spesso e volentieri, è possibile salvaguardare ecotipi e razze locali, solo ed esclusivamente se si riesce ad affiancare alle materie prime un’offerta di trasformati, perciò, di conseguenza, ritiene funzionale considerare anche i manufatti nella “categoria-biodiversità”.

La biodiversità, in tutte le sue sfaccettature, è minacciata oggi dai sistemi agricoli intensivi al soldo dell'industria alimentare, dall'inquinamento ambientale, dall'urbanizzazione sfrenata, il tutto incorniciato dai meccanismi del mercato globale. I dati numerici parlano da soli:

“nel corso dei millenni, sono state impiegate, per l'alimentazione umana e per l'agricoltura, circa 10.000 specie, ma oggi, il 90% del cibo proviene da 120 specie e soltanto 12 specie di piante e 5 specie di animali forniscono più del 70% di tutto il cibo dell'uomo. Si stima che nell'ultimo secolo siano scomparsi i tre quarti della diversità genetica delle colture agricole. Un terzo delle razze autoctone –bovine, ovine, suine – è estinto o in via di estinzione. Questo vale anche per i trasformati alimentari: pani, salumi, formaggi, vini...” (Slow Food, I Presidi Slow Food, Vademecum: 1)

Come si identificano i prodotti meritevoli di esseri posti sotto la tutela di un Presidio?

Molto importante è la reputazione locale di cui gode il prodotto, essenziali poi sono lo studio delle tecniche di trasformazione, i metodi di conservazione e di commercializzazione, la sostenibilità ambientale e le caratteristiche organolettiche e nutrizionali del prodotto stesso.

L'approccio di Slow Food alla qualità è complesso, l'associazione, infatti, nella selezione dei prodotti non è solita fermarsi ad una lettura dei dati riferita a parametri misurabili e definiti una volta per tutte, per stabilire se un prodotto è di qualità. Nell'accezione di Slow Food, la qualità di un prodotto alimentare è una narrazione. Slow Food contesta fortemente così la deriva quantitativa dell'idea di qualità alimentare, “nel momento che è diventato urgente definire la qualità si è cercato di regolamentarla basandosi su calcoli, su misure e requisiti minimi quantificabili, spesso superficiali” (Petrini 2005: 87).

Ad esempio la risposta messa in campo dall'Unione Europea per garantire sicurezza alimentare è, oggigiorno, il metodo HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control*

Point, analisi del rischio e controllo dei punti critici), un metodo inventato dalla NASA nel 1959 per garantire l'integrità degli alimenti nei programmi spaziali ed utilizzato invece dall'UE come direttiva per le produzioni alimentari più comuni (sic!). E' chiaro che, con una impostazione igienista simile, i piccoli produttori e coloro che utilizzano metodi e strumenti di produzione tradizionali e artigianali vengono messi sotto attacco. L'aumento delle pratiche burocratiche e, quindi, l'aumento dei costi per non risultare fuorilegge è alle volte insostenibile per questo tipo di produttori. A pensar male si fa peccato, ma liberamente si può qui ipotizzare che assumere un criterio del genere per stabilire la qualità di un prodotto alimentare, possa portare soltanto ad una standardizzazione della produzione a vantaggio esclusivo della solita industria alimentare. Infatti, le produzioni che non possono adattarsi all'applicazione di certi principi igienico-sanitari, aderenti solamente ad una visione industriale della produzione degli alimenti, sono destinate a diventare criminali, perché perseguibili dalla legge.

Perciò, per Slow Food qualità significa qualità narrata, è questa che garantisce ad un prodotto la possibilità di diventare un Presidio Slow Food. La qualità è narrata quando è costruita dagli usi e dalle tradizioni locali, e quindi non è un dato, è semmai il risultato non definitivo di un processo storico. La qualità nasce quindi dalla raccolta di informazioni sul prodotto, dalla testimonianza orale, dai racconti dei contadini, dei pastori, dei pescatori e dei cuochi, con particolare attenzione agli aneddoti riferiti dagli anziani e dalle donne. Difficilmente la qualità è sintetizzabile in etichette e indicatori perché essa deve tenere conto di una complessità di fattori molto ampia, perciò non può essere ridotta ad analisi chimico-fisiche o a *panel* di degustazione, "l'approccio tecnico infatti spesso non tiene conto di tutto ciò che sta alle spalle di un prodotto locale che si è sviluppato in secoli di storia" (Dansero, Peano 2012: 11).

Per Slow Food è la narrazione, il racconto, che crea la qualità!

Ciò, è bene dirlo, non esclude assolutamente il coinvolgimento di tecnici specializzati, né la degustazione comparata dei prodotti, la qualità, infatti, è pensata dall'associazione come multidimensionale.

E per questo la sua valutazione si basa su più punti.

I criteri di selezione per l'istituzione di un Presidio Slow Food sono, infatti, sei:

IL GUSTO

Il prodotto deve essere di una qualità particolare, sia dal punto di vista organolettico, sia dal punto di vista sociale, in sostanza, il prodotto deve essere sia buono da mangiare sia buono da pensare.

La “bontà sociale” del prodotto, come si è detto, deriva dai racconti che la comunità è in grado di fare su di esso.

La “bontà papillare” è data invece da tre elementi che riescono a stabilire la qualità organolettica del prodotto: l'equilibrio, la territorialità, la complessità.

“Per equilibrio si intende la buona armonia fra le componenti aromatiche e gustative specifiche del prodotto.

Per territorialità si intende la capacità del prodotto di esprimere caratteristiche organolettiche legate al suo territorio di origine.

Per complessità si intende la sua positiva evoluzione organolettica nel tempo durante la degustazione.” (Slow Food.I Presidi Slow Food. Vademecum: 3)

LA STORIA, LA CULTURA, IL LEGAME CON IL TERRITORIO

I prodotti devono essere legati alla memoria e all'identità di un gruppo, il rapporto con il territorio deve quindi essere comprovato, almeno da testimonianze orali che confermino che il prodotto è legato a quell'area specifica in termini sia ambientali che storici e di conseguenza anche socio-economici.

LA PICCOLA SCALA

I prodotti di un eventuale Presidio devono essere realizzati in quantità limitata per opera di piccoli produttori, questi devono lavorare secondo metodi artigianali in tutte le fasi della produzione applicando così un sapere tramandato in famiglia o da altri produttori durante gli anni di apprendistato. I prodotti di queste piccole produzioni devono inoltre essere riconoscibili, distinguibili, quindi non standardizzabili.

A riguardo del criterio di selezione della “piccola scala” Slow Food ci tiene a fare una precisazione per scongiurare gli eccessi:

“È preferibile evitare di avviare un Presidio quando la dimensione produttiva è estremamente ridotta (3-4 piante del giardino di un hobbista; 50 pecore allevate da un appassionato). In questo caso è meglio promuovere azioni di sensibilizzazione dei produttori, perché ricomincino a coltivare una certa varietà o allevare una razza...

L’obiettivo del Presidio non è fare un museo, né spettacolizzare una situazione critica, ma avviare un sistema economico sostenibile. Promuovere un prodotto quasi estinto potrebbe essere controproducente, perché non si riuscirebbe a innescare un meccanismo di recupero.” (Ibidem, p.4)

IL RISCHIO DI ESTINZIONE

Il rischio di estinzione del prodotto può essere reale o potenziale, i criteri di selezione dei prodotti da inserire nell’“Arca del gusto” (capitolo quarto) e quelli del Presidio fin qui potrebbero coincidere, se non fosse per il fatto che nel caso dei Presidi il rischio di estinzione può dover riguardare non solo il prodotto (la varietà vegetale, la razza, il trasformato), ma anche un paesaggio umano, un contesto socio-economico o semplicemente una tecnica, sia essa di pesca, di allevamento, di coltivazione o di trasformazione.

Gli ultimi due criteri presi in considerazione per potere avviare un Presidio riguardano la sostenibilità, termine di cui oggi si fa un gran parlare spesso per benedire le nuove operazioni industriali promosse attraverso delle politiche marketing “pulite”.

Per Slow Food, molto chiaramente, devono coesistere due tipologie di sostenibilità:

LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

“Le tecniche colturali devono preservare la fertilità della terra e gli ecosistemi idrografici ed escludere il più possibile l’uso di sostanze chimiche in sintesi” (Ibidem, p.4). Accanto a questo assioma figlio dell’ambientalismo più intransigente, che però non deve essere confuso con l’obbligo per il futuro Presidio di avere in partenza la certificazione biologica o biodinamica, Slow Food pone molta attenzione anche al fatto che i sistemi agricoli e i luoghi dove avviene la trasformazione salvaguardino il paesaggio agricolo e l’architettura vernacolare¹⁰. Ritorna così quell’interessante concetto di territorialità trattato nei capitoli precedenti, che rispecchia la visione di un territorio come un insieme di relazioni fra le comunità insediate, le loro culture e l’ambiente. La sostenibilità ambientale mira a concepire il territorio come una categoria di ricomposizione, la preservazione degli ecosistemi, infatti, non è più pensata qui in antitesi a quella della società, le componenti naturale e socioeconomica sono così due inestricabili aspetti di una dinamica che deve essere considerata nella sua completezza, solo in questo modo si può arrivare ad equilibri davvero sostenibili per poter parlare di sviluppo locale (Bagliani, Dansero 2011).

¹⁰ Per “architettura vernacolare”, si intende quel modo di fare architettura documentato dalla tradizione storico-costruttiva tipica di un luogo. Anche nota come “architettura spontanea”, in contrapposizione all’architettura d’autore, spesso sorprende per l’ottima sintesi tra il clima, la forma e la materia utilizzata.

SOSTENIBILITÀ SOCIALE

Il progetto di un Presidio non è mai a favore di un solo produttore o di singoli produttori che non hanno alcuna intenzione di collaborare, perché il Presidio coinvolge sempre intorno a sé una “comunità del cibo”, più figure, più persone che svolgono la funzione di “rete di sostegno” dell’iniziativa.

I produttori devono essere disponibili a collaborare, a mettersi d’accordo sulle regole di produzione, cioè sul disciplinare, e sulle forme che assumeranno le politiche di promozione del prodotto. I produttori hanno un ruolo attivo e possono liberamente incidere sulle decisioni aziendali, devono però comprendere che, sempre e comunque, l’obiettivo del Presidio è quello di ottenere un prezzo adeguato e remunerativo per il loro lavoro, “per elevare la qualità di vita e il benessere socio-economico delle loro famiglie” (Slow Food. I Presidi Slow Food. Vademecum: 4), ma che, allo stesso tempo, il prezzo deve essere giusto anche per i consumatori, che solo così potranno essere, poi nel tempo, considerati, e considerarsi, sempre più come coproduttori.

Queste sono dunque le linee guida per selezionare un prodotto adatto ad essere oggetto di un Presidio, volendo possono essere pensate come dei paletti piantati per fare chiarezza sui limiti della presentazione della candidatura di un prodotto a diventare un Presidio Slow Food.

Chi intende candidare un nuovo Presidio, deve compilare una scheda di candidatura reperibile sul sito internet della Fondazione Slow Food, questa deve essere approvata da Slow Food e dalla stessa “Fondazione Slow Food per la Biodiversità”. In caso di approvazione la tappa seguente è quella di organizzare una visita ai luoghi di produzione del prodotto che diventerà Presidio, momento in cui per l’associazione è importante individuare due referenti locali che possano seguire, senza alcuna retribuzione economica, lo sviluppo del progetto: una figura deve rappresentare i produttori, l’altra deve essere un responsabile di Slow Food.

Molto importante è compilare fin da subito un questionario, distribuito dall'Ufficio Presidi di Slow Food, che ha il compito di fotografare la realtà produttiva di partenza, cioè il numero di produttori, le quantità di prodotto e il tipo di mercato in cui viene venduto. Ciò consente di ragionare in prospettiva e mettere in luce problematiche specifiche e potenzialità nascoste, ripetendo poi il questionario, anno per anno, è possibile fare valutazioni sui risultati del progetto del Presidio.

È, inoltre, d'obbligo realizzare un disciplinare di produzione, che deve definire l'area di produzione del prodotto, documentarne la storicità e descriverne in modo preciso tutte le fasi di coltivazione e lavorazione. Il disciplinare ha la funzione di garantire l'artigianalità del prodotto spingendo così i produttori a mantenere inalterate nel tempo le caratteristiche qualitative dello stesso. Ciò, sicuramente rafforza la consapevolezza ai produttori, i quali si confrontano sulle tecniche di lavorazione e mettono su carta, per la prima volta in molti casi, il loro sapere. Il disciplinare deve essere riconosciuto sia da Slow Food sia dai produttori e la sua versione ufficiale deve essere sottoscritta da tutti i produttori del presidio.

Questi sono, in breve, i passaggi ufficiali affinché il progetto di un Presidio possa prendere vita.

Una volta riconosciuto il prodotto come Presidio, Slow Food si impegna ad innescare alcuni processi utili ad un suo sviluppo positivo.

Ad esempio in alcuni casi invita i produttori a riunirsi in un'associazione, che può essere una cooperativa o un consorzio, con un nome e un marchio comune, operazione che dovrebbe facilitare il rapporto con le istituzioni e l'ottenimento di finanziamenti pubblici.

Slow Food, inoltre, si applica a garantire formazione e assistenza tecnica in caso di necessità, organizzando seminari di formazione per i produttori oppure, ad esempio, per aiutarli a creare un *packaging* eco-sostenibile per la promozione e la vendita del loro prodotto.

Il movimento, poi, organizza lo svolgersi di visite di tecnici che hanno lo scopo di risolvere particolari questioni di carattere tecnico o organizzativo. All'interno di queste situazioni si presenta spesso la possibilità di fare degli scambi di conoscenze fra produttori di Presidi simili che consentono di trovare soluzioni già sperimentate a

determinate problematiche oppure di scartare in partenza modalità di azione già fallite in altre esperienze paragonabili.

Il Presidio, secondo Slow Food, non si limita a migliorare le filiere produttive e a rafforzare l'organizzazione dei produttori, "ma dedica un'attenzione importante anche alla promozione e alla valorizzazione dei prodotti, individuando nuovi sbocchi di mercato" (Ibidem, p.7).

L'associazione, infatti, è dotata di una grande rete di iniziative che permettono l'entrata in contatto dei produttori dei Presidi con i consumatori, ad esempio:

- Tramite la partecipazione agli eventi internazionali organizzati da Slow Food come il "Salone del Gusto"¹¹, "Cheese"¹², "Slow Fish"¹³ e l'evento di "Terra Madre". In queste importanti occasioni i produttori oltre all'opportunità di vendere il prodotto hanno, soprattutto, l'occasione per farlo conoscere ad un pubblico di esperti.

- Attraverso l'appoggio che numerosi cuochi, anche famosi, danno per promuovere la filosofia di Slow Food nei propri ristoranti. In Italia ad esempio esiste una rete di 254 ristoranti e osterie chiamata "Alleanza tra cuochi e i Presidi Slow Food", che prevede l'impiego di almeno tre prodotti provenienti dai Presidi della propria regione di appartenenza nei menù dei locali di ristorazione aderenti all'iniziativa, sui quali deve inoltre essere citato il nome dei produttori dove il ristoratore si rifornisce.

¹¹ Il "Salone internazionale del gusto" è un evento dedicato alle eccellenze enogastronomiche italiane, organizzato da Slow Food e dalla Regione Piemonte, che si svolge biennialmente, in parallelo con la rassegna "Terra Madre", nei padiglioni della fiera di Torino.

¹² "Cheese", evento biennale dedicato alle forme del latte organizzato da Slow Food.

¹³ "Slow Fish", manifestazione organizzata da Slow Food ogni due anni a Genova, per riflettere sulle problematiche della pesca e valorizzare le specie neglette.

- Per mezzo dell'avvicinamento tra produttore e consumatore che Slow Food agevola organizzando luoghi e forme di vendita diretta come nel caso dei cosiddetti "Mercati della Terra". Si tratta fondamentalmente di mercati contadini gestiti dai produttori locali che vendono direttamente i prodotti del territorio, a questi partecipano spesso anche i produttori dei Presidi della zona dove si svolge l'evento.

Molto interessante è poi lo strumento dei GAS, "Gruppi di Acquisto Solidali" messi in essere da alcuni soci Slow Food o direttamente dalla Condotta locale dell'associazione. Sono in pratica gruppi di acquisto, nati con l'intento di evitare i passaggi intermedi con i commercianti, che offrono la possibilità di avere un contatto diretto tra produttori e consumatori di uno stesso territorio. In casi eccezionali, Slow Food invita alla formazione di GAS nazionali per porre rimedio a situazioni delicate, come avviene, ad esempio, quando il prezzo del latte crolla significativamente e i pastori di aree geografiche marginali possono sopravvivere solo se aiutati in questo modo strategico.

Fortemente innovativo è, inoltre, l'approccio promosso dall'avvio di un progetto che propone in Italia il modello delle "comunità di supporto all'agricoltura locale", che negli Stati Uniti sono conosciute come CSA, *Community Supported Agriculture*. Queste si differenziano dai Gruppi di Acquisto Solidali perché i loro membri anticipano direttamente una somma ai produttori, consentendo loro di avere già in partenza parte del prodotto venduto.

In conclusione del discorso sul procedimento di avvio e di gestione di un "Presidio-tipo", sembra legittimo poter affermare che i Presidi possono rappresentare un modello, un modello di intervento replicabile, che consente il riconoscimento del valore di un prodotto fortemente identitario, aiutando la comunità a "leggere il sistema locale e orientare la produzione con logiche diverse rispetto a quelle dettate dall'agroindustria" (Peano, Sottile 2012: 4).

Se è possibile pensare il Presidio come uno strumento per fare “cooperazione locale”, ossia come un “modello di sviluppo” per le piccole produzioni locali, allora è possibile definire Slow Food come una sorta di “ONG del gusto”!?

È chiaro che attraverso queste iniziative, per usare le parole di Valeria Siniscalchi: “il movimento Slow Food partecipa, attraverso logiche proprie, diverse da quelle che guidano i regolamenti europei”, si riferisce precisamente ai regolamenti di protezione delle denominazioni d’origine e delle indicazioni geografiche criticati nel capitolo III, “del regime di singolarità all’interno del quale hanno luogo i processi di tipizzazione. Al tempo stesso si configura come un nuovo attore nelle politiche di localizzazione” (Siniscalchi 2009: 54).

Il Presidio Slow Food, in quanto modello d’azione locale, contribuisce, perciò, alla ridefinizione e alla creazione di luoghi e località, cercando di garantire la loro sopravvivenza nei flussi della globalizzazione.

5.3

IL PRESIDIO DEL PERO MISSO

La zona nota come alta Valpolicella ospita il Presidio Slow Food del Pero Misso, si tratta di un’area marginale di mezza montagna, posta ai confini settentrionali della più famosa e ricca Valpolicella “classica”, la quale nel corso degli anni è diventata una vera e propria fabbrica del vino. L’alta Valpolicella per la sua posizione fa quindi già parte di quella affascinante montagna veronese, nota come Lessinia, che ripara da nord la zona vinicola. Non una montagna a vocazione turistica, come possono essere le vicine montagne trentine o le Dolomiti, ma una montagna “povera” che vive ancora solo del lavoro della sua gente e che non conosce suo malgrado

particolari attenzioni in termini di finanziamenti pubblici, nonostante le sue molteplici particolarità lo richiederebbero.

È, non a caso, in questa porzione di territorio che Slow Food ha riconosciuto la validità di stabilire il progetto di questo Presidio.

5.3.1

INTRODUZIONE AL TERRITORIO

Traccia scritta del nome Valpolicella appare per la prima volta in un documento ufficiale datato 24 agosto 1117, un decreto firmato dall'imperatore del Sacro Romano Impero Federico Barbarossa, il quale quasi sicuramente riprende un toponimo usato da secoli dalla gente del posto.

Varie sono le ipotesi etimologiche del termine, infatti, le interpretazioni umanistiche, forse poco attendibili ma sicuramente poetiche, fanno riferimento ad una radice greca della parola traducendo "Policella" (dal greco *polyzelos*) in "dai molti frutti", o in casi più rari riferendosi al greco *poly sélas*, attribuendo così alla vallata l'attributo di "molto splendida".

Oggi giorno, tra i veronesi è molto diffusa una lettura del termine dal latino che vuole il nome Valpolicella derivante da *vallis polis cellae*, per poterlo tradurre come "valli dalle molte cantine", allo scopo di sottolineare la vocazione alla produzione di vino della zona, offrendo, più o meno consapevolmente, una prospettiva storica ad un'attività economica centrale nella vallata dei nostri giorni.

Attualmente però, gli studi glottologici più seri propongono spiegazioni meno colorite, radice del nome Valpolicella sarebbe il vocabolo latino *pullum*, documentato dall'agronomo Columella nel *De Rustica* per indicare particolari formazioni alluvionali ricche di limo ferace e di humus propizio alla crescita di lussureggiante vegetazione spontanea; è usato come toponimo in un'altra decina di casi in Italia tra

Calabria e Piemonte, per indicare località sorte su fondivalle dove corsi d'acqua, spesso erratici, favorivano il formarsi di isolotti, anche non duraturi, che nella zona interessata dovevano essere abbastanza frequenti a causa dei molteplici rivoli d'acqua tributari del grande fiume Adige (Toniolo 1913).

Infatti, con il nome di Valpolicella non si deve intendere una valle in senso strettamente idro-geografico, con un unitario bacino d'impluvio defluente per un solo collettore sul fondo, ma ci si riferisce alle tre vallate dei *progno*¹⁴ che scendono dai monti Lessini (il *progno* di Fumane, il *progno* di Marano e quello di Negrar) e agli stessi rilievi montuosi che li separano l'uno dall'altro, tanto da risultare incerti i confini della zona verso monte dove manca un limite ben definito tra Valpolicella e Lessinia. Si prenda quindi per buona quest'ultima ipotesi sull'etimologia del termine, anche se rimangono alcune riserve, difficili da sciogliere nel caso non intervenga un provvidenziale "colpo di fortuna archeologico".

La Valpolicella si estende per duecentoquaranta chilometri quadrati alla soglia delle Prealpi orientali a nord ovest di Verona, è delimitata dal fiume Adige, dal Trentino, dalla Valpantena e da alcuni quartieri della città. Il rilievo del Monte Baldo e la fascia morenica che lo prolunga verso sud, la dividono dal Lago di Garda.

È ricoperta nelle zone non coltivate prevalentemente dall'ostrieto e dal querceto ma bisogna dire che il bosco, tranne che sui pendii più ripidi e negli anfratti più impervi, ha oggi ceduto il posto ai vigneti, con conseguente diminuzione negli ultimi decenni dell'allevamento del bestiame, in quanto fino ad un'altezza di settecento metri, i pascoli, sia stabili che artificiali, hanno lasciato spazio all'uva e in alcuni casi ai ciliegi, risorse sufficienti a dare un reddito alle famiglie che si occupavano nel passato di pastorizia.

Oltre i settecento metri, sovrani invece regnano ancora i prati, ospitanti una sempre meno numerosa presenza di ciliegi, meli, peri e noci, che stanno scomparendo poco a poco a causa sia dell'introduzione in montagna dell'agricoltura meccanizzata, sia delle nuove politiche del mercato della frutticoltura che obbligano i contadini a concentrarsi solo sui prodotti di maggior richiesta. Le conseguenze di questi comportamenti umani scrivono la parola fine sulla storia di molte delle varietà

¹⁴ *Progno*, termine dialettale indicante un torrente. Forse derivante dal latino *pronus*, "inclinato".

tradizionali della Valpolicella, diventate ormai ricercatezze o curiosità, come ad esempio la memoria di pere arcaiche (oggetto del Presidio Slow Food di cui si parla in questo capitolo) conservata ancora da alcuni nomi dialettali: “bruti e boni, gnocchi, missaòri, gardegnòi, sacheti, vergamoti, vergòlosi e trantòssi” (Quintarelli 2001:83). L’espansione a tappeto dei vigneti dovuta alla loro impressionante remuneratività economica e l’adozione dei metodi colturali più avanzati, ogni anno promossi dall’importante Fiera Agricola di Verona, hanno gradualmente mutato il paesaggio della Valpolicella di ieri, la Valpolicella “dai molti frutti”.

Una Valpolicella contadina che vedeva la vita di ogni giorno scandita dal ritmo delle campane che, con i rintocchi dell’Ave Maria alle prime luci dell’alba e poi al tramonto, dava il buon giorno e la buona notte, e con quelli del mezzodì segnava la pausa e fine del lavoro campestre.

Una Valpolicella agricola che si animava intorno alle feste dei santi: il giorno di San Martino rappresentava la fine dell’annata agraria, talora anche con il trasloco di abitazione e con l’assunzione dei *fameji*, i ragazzi delle famiglie più bisognose della valle che entravano, anche quando già avevano sette-otto anni, in altra famiglia per tutto l’anno, fino al San Martino successivo. Questi in cambio dell’aiuto nel lavoro dei campi ricevevano vitto e alloggio e nel migliore dei casi delle piccole mance, sollevando la famiglia di origine da una bocca in più da sfamare.

Il giorno di San Valentino, il 14 Febbraio, segnava l’inizio della potatura delle viti, mentre il 12 aprile, San Zeno, patrono della città, sanciva l’inizio dell’incubazione per il seme dei bachi da seta. Il 29 giugno invece a *San Piero se conta i peri e l’ua l’è un gran de per*. Al Rosario, la prima domenica di ottobre si iniziava la vendemmia e a Santa Caterina, verso fine novembre, si cominciava la faticosa raccolta delle olive.

L’agricoltura produceva cereali, foraggi, legumi, frutta (pere, mele, olive, ciliegie, noci e castagne) e fin dove era possibile, uva, sempre lavorata in casa dalle famiglie contadine, le quali ne ricavano vino da pasto e passito, che già nella prima metà dell’Ottocento si iniziò a chiamare *Recioto*.

L’agricoltura della valle poi, consacrò alla memoria dei posteri la figura del *marognìn*, colui il quale attraverso la costruzione di muretti di pietra a secco, noti come *marogne*, in Valpolicella molto più che in altre zone, terrazzò le pendici montane in scalinate imponenti, ricavandone spazi per la coltivazione, ad esempio, di

grano saraceno (detto *negro*), che serviva per fare la polenta, prima dell'introduzione del mais americano. Mentre attualmente questi terrazzamenti di pietra, opere architettoniche immense, sono coltivate a vitigno e spesso e volentieri campeggiano nelle campagne pubblicitarie delle grandi cantine vinicole, tanto da essere diventate quasi un marchio identitario del territorio.

Un territorio oggi molto diverso da allora, sia dal punto di vista paesaggistico, la vite è pressoché ovunque, sia dal punto di vista umano, i contadini hanno lasciato il passo agli imprenditori del vino, nella maggior parte dei casi, i loro stessi figli, le nuove generazioni, che sono state capaci di creare un *business* incredibile intorno al più nobile trasformato dell'uva.

Tant'è che oggi la vitivinicoltura risulta essere il motore principale dell'economia locale della Valpolicella. Al fine di dare un grado di maggior scientificità all'affermazione, si citano i dati economici relativi al triennio 2009-2012, periodo di piena crisi economica, raccolti dalla Camera di Commercio di Verona che parlano di una crescita del più 14,8% delle imprese vitivinicole, mentre il resto del comparto agricolo segna un calo generale (*L'Arena* 9 febbraio 2013). Numeri che giungono a ulteriore conferma del buono stato di salute di cui gode il mondo del vino, grazie ad una crescente domanda dai mercati stranieri storici ma soprattutto emergenti e grazie alla capacità imprenditoriale di chi gestisce le aziende produttrici di vino della zona.

Nel bel mezzo di questo territorio, in una piccola azienda agricola sulle montagne che guardano Marano di Valpolicella, comune racchiuso tra le vallate di Fumane a occidente e di Negrar a oriente, che deve il suo nome alla memoria di Caio Mario, un console romano che avrebbe fatto costruire un castello su un monte (oggi noto come Monte Castelon) per difendere la popolazione dall'avanzata delle tribù germaniche dei cimbri, inizia la storia non del Pero Misso, ma del Presidio Slow Food del Pero Misso.

5.3.2

IL PERO MISSO

Il Pero Misso è un'antica varietà di pero presente sulle colline veronesi in una fascia di altitudine che va dai 550 metri ai 950 metri sul livello del mare (Iseppi 2010: 9). In Lessinia ne sono rimasti circa duecento alberi, presenti soprattutto nell'Alta Valpolicella, oltre che in Valpantena e nelle valli di Mezzane e Illasi.

La particolarità di questa varietà di pero è data dal fatto che, per potere essere consumato, deve prima subire un processo di ammezzimento, che consiste in un procedimento di maturazione dei frutti dopo la raccolta ai primi di ottobre che, come nel più conosciuto caso dei cachi, ne determina un cambiamento di consistenza, colore e sapore tanto da renderli commestibili. I frutti si raccolgono acerbi, in quel momento sono di colore verdognolo con un leggero sovra colore rosso, e vengono riposti, ben distanziati uno dall'altro in delle cassetine di legno che devono essere conservate in un luogo asciutto e buio dove rimarranno per circa un mese, fino al momento in cui non avranno raggiunto un'adeguata maturazione. Attraverso questo procedimento si annulla il tipico effetto astringente al palato provocato dall'elevato contenuto di tannini, che diminuiscono consentendo così al contenuto degli zuccheri di salire. Dopo questa sorta di sovraturazione la buccia del frutto assume un colore marrone scuro, come la polpa, che però rimane consistente e non si rammollisce come nelle varietà attuali di pero. Questa particolare caratteristica giustifica il nome *misso*, che nel dialetto locale sta ad indicare un frutto sovraturato, considerato quasi marcio, proprio perché scuro e di consistenza molle. Il momento ideale per il suo consumo è agli inizi di novembre, ma i frutti possono essere conservati per circa tutto il periodo invernale. È possibile poi ricavarne dei trasformati consumabili tutto l'anno come marmellate, succhi, sidro e distillati.

Nella parte alta del Comune di Marano della Valpolicella, è stato riconosciuto un albero bicentenario, detto “Pero Marchesini” dal cognome del proprietario del fondo, che è stato inserito nell’elenco dei Patriarchi Vegetali d’Italia.

Questa varietà di pero, infatti, è citata su *La Pomana Italiana*, un compendio di immagini e descrizioni di alberi da frutto realizzata dall’agronomo Giorgio Gallesio tra il 1817 e il 1839, come pure nell’*Inchiesta sulle condizioni delle classi rurali del Regno* relazionata nel 1884 da un certo Stefano Jacini (*Brochure*, Pero Misso della Lessinia). Si narra, inoltre, che proprio in quel periodo il Pero Misso rivestisse una grande importanza sul mercato frutticolo del Nord Est e che fino a una quarantina di anni fa venisse venduto comunemente sul mercato all’ingrosso di Verona e persino nei banchi della centralissima Piazza Erbe, un tempo foro dell’antica città romana. Oggi invece si può trovare il Pero Misso solo in piccole aziende agricole montane (in particolare nell’Azienda Agricola Giroto e nell’ Azienda Agricola Fasoli Domenico) e in alcune fiere paesane dei comuni della Lessinia, come ad esempio alla terza domenica di ottobre alla “Fiera del Rosario” che si tiene a Breonio nel comune di Fumane.

5.3.3

PER CAPIRE IL PRESIDIO DEL PERO MISSO

Per capire qualcosa di più sui motivi che hanno spinto nella direzione del Presidio, sul contesto umano in cui è nato e lentamente si sta sviluppando, nonché per fare luce sugli obiettivi che i suoi fautori si pongono, si è pensato di riportare di seguito due interviste fatte, con uso del registratore, rispettivamente al signor Roberto Marchesini, il referente dei produttori del Presidio, e alla signora Antonella Bampa responsabile Slow Food del Presidio.

“Domanda-risposta-commento alla risposta”, questo sarà lo schema che si spera possa essere utile a sviscerare passo dopo passo le questioni che emergono dalle

riflessioni dei due intervistati, le persone più rappresentative del Presidio Slow Food del Pero Misso.

5.3.4

INTERVISTA AL PRODUTTORE DEL PRESIDIO

Il signor Roberto Marchesini è il titolare di un'azienda agricola in località Giroto, la quale si trova in un luogo incantevole nella parte alta del Comune di Marano di Valpolicella, dove la Valpolicella inizia a farsi Lessinia, lì vive e lavora.

L'attività agricola è condotta da tempo con metodi biologici, produce ciliegie, mele, ortaggi, vino, formaggi, salumi, uova, alleva, infatti, mucche da latte di razza grigia alpina, maiali, galline grigie e pecore Brogne, una razza autoctona.

Nella proprietà dell'azienda, è stato creato un vaso per la raccolta dell'acqua di una sorgente, che viene pompata in grandi vasche posizionate a un livello superiore, e da queste per caduta in tubazioni, viene fatta l'irrigazione a pioggia del frutteto e degli orti. Da qualche anno inoltre l'azienda ha lasciato in uso, un'area della sua proprietà, per la coltivazione di un "orto collettivo condiviso e sinergico", utilizzando un insieme di tecniche agricole nate negli anni '40 grazie alle idee di Masanobu Fukuoka, un agronomo giapponese pioniere dell'agricoltura naturale e del non fare.

Attraverso le parole di Roberto Marchesini, i suoi sfoghi e le sue riflessioni, si cercherà di inquadrare il Presidio del Pero Misso nella vita di un produttore:

Domanda: Signor Marchesini, come si definisce? Al telefono mi ha detto "io sono agricoltore"...

Risposta: Allora ti dico subito che "agricoltore" no.. mi correggo, perché sono contadino principalmente, nato in questo posto e di conseguenza le cose mi sono

state trasmesse a voce dai bisnonni e dai nonni e dopo lavorando con i genitori e con i contadini del posto, agricoltori siamo diventati vent'anni fa nel senso che si è cominciato a ragionare rispetto a un'impreditoria diversa da quella che c'era precedentemente insomma, perché prima si ragionava su un'attività che era quella principalmente di sussistenza e dopo è invece diventata un'attività di lavoro dove c'era più remunerazione, dove si investiva su una tipologia di coltura piuttosto che un'altra insomma.

Mi sono inserito negli anni Novanta, quando si andava alla ricerca di finanziamenti per fare delle attività un po' più specifiche, migliorative...che dopo invece qui in questo territorio ci incartavano insomma, non è la stessa cosa come nella pianura, qui se sbagli due o tre volte le coltivazioni per motivi dovuti al tempo, il reddito non c'è più e di conseguenza se tu hai fatto un investimento-debito è difficile rientrarci, anche nel caso ci sia un finanziamento importante..

Il signor Marchesini rivendicando il termine contadino, mette in chiaro l'orgoglio per il lavoro che la sua famiglia porta avanti da più generazioni. L'intervista si svolge nella sala da pranzo della sua abitazione, alle sue spalle, appese al muro, ci sono le foto incorniciate dei suoi antenati, tipiche delle case contadine, immortalati in primo piano con gli abiti della festa. Spiega poi le difficoltà della zona in cui abita e lavora, una zona di mezza montagna dove in agricoltura ogni mossa sbagliata viene pagata sempre a caro prezzo, il rischio è quello di indebitarsi e spesso ciò può significare perdere le terre.

D: Quindi l'azienda agricola di oggi, era un'attività di famiglia legata alla pura autoproduzione e all'autoconsumo?

R: Sì, fino agli anni '65-'70 era così ecco... poi è diventata un po' una forzatura nel senso di un qualcosa che dava nella produzione un margine maggiore, perché è entrato il latte a dare un po' di reddito, si andava alla ricerca di foraggi in più, la paglia...prima invece si faceva quello che serviva per la famiglia, sì, si vendeva

qualcosa per comprare un vestito piuttosto che delle scarpe, ma se no in queste zone ci sia arrangiava in tutto.

La forte riduzione dei tassi di attività in agricoltura dalla seconda metà del dopoguerra a oggi e le trasformazioni provocate all'interno dell'inedito processo di globalizzazione del cibo hanno inciso fortemente sul mutamento dell'universo contadino, costringendo chi lavorava la terra a fare i conti con problematiche nuove.

D: Però mi pare di aver capito che la filosofia della produzione è ancora quella di un tempo..

R: Sì, sì... è ancora quella, noi, io parlo per me, poi altre realtà nei dintorni si sono specializzate in qualcos'altro, abbiamo voluto proprio seguire quello che mi hanno trasmesso i nonni e i genitori...con una logica di recuperare quelle cose che erano storiche dandogli un valore aggiunto per questo territorio. Nella logica quindi di una gestione del territorio, di una salvaguardia del territorio e in modo specifico delle persone perché lavorando con certe metodologie non inquinanti salvi anche la vita alle persone, sicuramente dai un'opportunità in più per lo meno, perché se non coltivi chimicamente sicuramente i prodotti che le persone mangiano hanno caratteristiche di qualità maggiori e non vai a contaminare continuamente l'elemento della vita sia di chi coltiva ma anche di chi consuma come uomo.. tutti gli esseri viventi intorno ne hanno beneficio, partendo dai vari vegetali arrivando a tutto il contesto compresi batteri e funghi.

Marchesini può essere definito un "intellettuale della terra" (Petrini 2005: 195), è perfettamente consapevole del fatto che il suo lavoro va ben oltre la semplice produzione di cibo. Comprende, infatti, che il suolo agricolo è un sistema sociale, come pure la fertilità è un sistema sociale (Pieroni 2008:

210). Coltivare, quindi, significa fare i conti direttamente con il futuro delle comunità umane il quale è indissolubilmente intrecciato con quello del territorio che abita.

D: A Livello locale come è giudicata questa posizione?

R: Eh, ti dico che è stata dura, ed è ancora dura perché chi la capisce sono solo i giovani che iniziano ad inserirsi in questo territorio. Però è ancora dura perché ritornare in un territorio abbandonato è molto difficile, ci deve essere una convinzione forte, molto forte e questa sembra essere legata ad un momento di criticità che è quello economico, ritornano a coltivare la terra per avere la garanzia di un'autoproduzione e per vendere quello che rimane.

La posizione di Marchesini può sembrare intransigente, i contadini che lo circondano fanno fatica a comprenderla. Invece i cosiddetti “nuovi contadini”, persone nella maggior parte dei casi giovani, che praticano attività agricole provenendo da esperienze professionali urbane e spesso dotati di titoli di studio elevati sembrano capirlo, e in alcuni casi seguirlo. Chiarisce meglio questo punto nella risposta alla domanda che segue.

D: Queste persone che ha citato sono figli, nipoti di contadini o qualcosa d'altro?

R: Vedo in molti casi un re-inventarsi.. intendiamoci però, dove c'è vigna della zona della Valpolicella, dove c'è la coltivazione del vigneto, ci sono i figli che ritornano e lavorano nell'azienda del padre, del nonno, questo fino dove c'è la denominazione del Valpolicella, fuori da quella zona ci si deve veramente credere nel fare quella cosa che devi fare, perché adesso è diventato tutto un ragionare a livello industriale, dalla produzione del latte all'estrazione della pietra, sono ragionate con metodo industriale che non sta in piedi in un'agricoltura di montagna, perché ci sono dei

costi di trasferimento dei prodotti ad esempio che non permettono il funzionamento del discorso. Sì, con la vigna funziona, ma la monocoltura della vigna sarà un disastro totale, come tutte le monocolture, perché adesso hanno margini di guadagno da paura su questa attività, però stanno disgregando tutto il territorio perché ogni minimo centimetro di terreno che si può utilizzare dove c'è la Denominazione lo utilizzano, auto-distruggendo tutto il resto, parlo di piccoli boschi, dei piccoli impianti di frutta di altro tipo dall'uva, ora come ora ragionano solo ed esclusivamente in vigneto...se posso ti dico una cosa: io ho la sensazione non piacevole, che spero non sia vicina, anzi sia più lontana possibile, ma ci sono forzature micidiali negli inquinanti che si utilizzano, nelle macchine grosse...Vedo che queste cose possono diventare un boomerang...però è un mio punto di vista eh, che sia chiaro che non vado a dire di no alle cose perché chi lavora la terra ha diritto per carità anche lui ad avere un margine però per conto mio è un po' un boomerang... speriamo il più tardi possibile.

Marchesini compie una distinzione netta tra il territorio dove lui lavora e la zona della Valpolicella che ha ottenuto il marchio di "Denominazione di Origine Protetta". Coltivare la terra in montagna è molto diverso, le ricadute economiche sono minime rispetto alle strabilianti entrate che hanno le grandi cantine vinicole della confinante Valpolicella "classica".

Queste sembrano portare avanti un atteggiamento agricolo quasi industriale, scegliendo una "fertilità tattica" che richiede cioè al suolo coltivato il massimo possibile di resa nel minor tempo possibile, un tale approccio rimanda a una visione produttivista tipica di una struttura aziendale, richiama ad un'agricoltura orientata sempre più spesso a un profitto costruito su rapporti sociali di tipo capitalistico, quindi su una razionalità puramente economica, secondo le leggi dell'economia di mercato (Pieroni 2008: 210). Quando il signor Marchesini parla di un possibile effetto boomerang di questi comportamenti agricoli che definisce efficacemente "forzature micidiali", non profetizza. Infatti, proprio mentre viene scritta questa tesi, il quotidiano cittadino di Verona, "L'Arena", riporta la notizia dell'inquinamento di una

falda acquifera in Valpantena, zona dove si produce vino Valpolicella. Pesticidi e fertilizzanti sono presenti nell'acqua in misura superiore al consentito, a causa di ciò a una trentina di famiglie è stata inviata una lettera di avviso di non bere l'acqua. Questa volta la falda non è, per fortuna, quella da dove attinge l'acquedotto pubblico, come invece era successo qualche anno fa a Negrar di Valpolicella, dove l'intero paese non ha potuto dissetarsi con l'acqua del rubinetto per alcuni giorni, fino a quando l'allarme non è rientrato (Costantino 2013: 9).

D: L'“Associazione Antica Terra Gentile” è nata all'interno di questi discorsi?

R: È nata nel 2006, però le persone che la costituiscono si conoscono da molto prima, si sono conosciute nei percorsi di formazione per l'agricoltura biologica e biodinamica, dagli anni Novanta. Siamo persone più o meno della stessa età, la maggior parte della quali ha un'attività lavorativa secondaria in agricoltura, poi ci sono due o tre aziende agricole vere e proprie. L'uscita pubblica più importante dell'associazione è la terza domenica di ottobre a Breonio, vicino Fumane dove le produzioni autunnali alle volte si riescono a vendere tutte in un giorno... quel giorno arrivano centinaia di produttori e artigiani. In quel periodo si finisce di raccogliere la frutta autunnale come le mele, le pere, le patate e la cipolla. “Antica Terra Gentile” è proprio nata per dare un'immagine maggiore a questo territorio, anche se non ha una grande energia mediatica. Ad esempio però, l'anno prossimo qualcuno dell'associazione andrà in Perù per partecipare alla seconda giornata delle terre terrazzate, perché queste terre terrazzate anche nella montagna qua, nostra, ce ne sono tante dove una volta si piantava frumento e altre piccole produzioni, perché la pendenza rendeva la terra più difficile da coltivare, facendo così dei muretti a secco si cercava di livellare guadagnando quindi anche uno spazio sulla scarpata. Sarebbe interessante andare veramente in Perù per vedere come anche altre culture contadine hanno adoperato questa strategia.

Il signor Marchesini è socio fondatore dell'“Associazione Antica Terra Gentile”, un'associazione culturale nata per promuovere il metodo biologico nella produzione agricola e per la custodia della biodiversità agroalimentare originaria della montagna veronese. L'associazione si occupa anche della difesa del territorio con l'intento di permettere la sopravvivenza delle comunità rurali della Lessinia, guardando così al suolo attraverso l'ottica di una “fertilità strategica”, che mira soprattutto alla sua riproduzione durevole, alla conservazione del patrimonio ecologico e di conseguenza alla trasmissione della fertilità stessa (Pieroni 2008: 210). È nella sensibilità delle persone che compongono questa formazione che vanno ricercate le radici del progetto del Presidio del Pero Misso.

D: E con Slow Food come si è iniziato a ragionare?

R: Come si è ingranato Slow Food con “Antica Terra Gentile”!?

Noi siamo partiti ragionando con questa vecchia varietà di pero, ma poi abbiamo cercato anche con altre varietà di inserirle all'interno del discorso...non si commercializza più perché era diventata una vecchia pera, brutta da vedere. Allora come associazione abbiamo detto, dobbiamo trovare una strategia per farci conoscere un po' di più, ma non perché non ci conoscano...ci voleva però una locomotiva, un qualcosa che potesse dare un po' di immagine in più. Tramite un professore di Università che ha fatto ricerca per parecchi anni a Verona su alcune piante mirata alla conservazione delle varietà, ma anche alle produzioni migliorative per il ciliegio, il pesco e l'olivo. Un giorno questo professore ci viene a dire: ma ci sono delle piante storiche che si potrebbero censire nei vostri campi? Per inserirle in un libro... si abbiamo pensato ci potrebbero essere, ma allora perché non mettiamo una varietà di pere e una di ciliegie!? Allora siamo andati un po' alla ricerca sul territorio e abbiamo trovato queste vecchie varietà, il professore le ha analizzate un po' e ha iniziato a dare un'età ad alcune piante...da lì poi è nato il ragionamento con Slow Food, perché Slow Food ha detto: c'è una pianta centenaria sul posto, perché non proviamo a tutelarla?!?

Però c'è da dire che Slow Food non ha ragionato solo su una varietà di frutta ma ha ragionato su un territorio che era quello delle marogne e sulla conservazione di un territorio e della gente che vive questo ambiente. Perché aveva capito che si stava perdendo un territorio e anche le persone che lavorano in quel territorio. Ecco, allora ragionando su un frutto che poteva essere una pianta o un animale non era quello l'importante...abbiamo ragionato su questa varietà di pera che era stranissima, essendo brutta, essendo immangiabile dalla maggior parte della gente, abbiamo detto perché non la buttiamo lì e la facciamo diventare capofila, un simbolo?

E da lì abbiamo conosciuto i canali per avvicinarsi a Slow Food, abbiamo conosciuto le persone che poi sono venute all'interno delle aziende sul territorio per capire questa varietà, sono state fatte analisi, ricerche organolettiche. Questo frutto una volta era commercializzato a livello della montagna, ma andava anche in Germania, Austria e Svizzera e in queste zone a fine stagione dava ancora un reddito. Perché sono piante enormi e producono tanto, ci sono delle annate che fanno otto-nove quintali per pianta. Al giorno d'oggi ce ne sono circa duecento censite. Ecco allora ragionando su questa produzione storica abbiamo detto perché non le salviamo e salvando questa pianta riusciamo anche ad assicurare un po' di lavoro, nella trasformazione, anche nel turismo perché no, in quanto potremmo dare un qualche cosa che non conosce nessuno ecco. Il Presidio quindi diciamo che è uno strumento per creare economia locale.

L'“Associazione Antica Terra Gentile” è stata il motore dell'iniziativa, è stata lei a contattare Slow Food, anche grazie alla collaborazione dell'Istituto sperimentale di frutticoltura della Provincia di Verona e del Dipartimento di Agronomia e Produzioni Vegetali dell'Università di Padova.

Il primo passo è stato quello di inserire il Pero Misso nell'elenco dei prodotti dell'“Arca del Gusto” in quanto erano state riconosciute tutte quelle caratteristiche necessarie a definire un prodotto a rischio di estinzione: la varietà autoctona, la quantità limitata, la qualità organolettica eccellente e il legame storico con il territorio. Tutto ciò è avvenuto grazie all'interessamento del Dipartimento di Agronomia di Padova e di uno studente veronese, Stefano

Iseppi, che frequentando i corsi nell'Ateneo patavino al momento della tesi di laurea ha scelto di occuparsi del Pero Misso nell'ambito più ampio dell'erosione genetica delle specie coltivate, in particolar modo in merito alla frutticoltura. I risultati dei suoi studi sono state due tesi, la prima "Il pero Misso: un frutto della Lessinia da riscoprire" (Iseppi 2008), la seconda "Il pero Misso: un potenziale presidio alimentare per la Lessinia. Caratterizzazione molecolare e nutraceutica, potenzialità gastronomiche e paesaggistiche" (Iseppi 2010), in quest'ultima tesi Iseppi è riuscito anche a mappare duecento esemplari di Pero Misso.

Dalle parole dell'intervistato si comprende che l'obiettivo principale dell'operazione pensata da "Antica Terra Gentile" e abbracciata in seguito dal movimento Slow Food, che Marchesini definisce come una "locomotiva" necessaria, non era tanto quello di salvare una varietà di pero semplicemente in quanto pero che si consumava poco, ma quello di trovare un simbolo per parlare di un territorio e del presupposto per cui questo possa rimanere abitato, cioè la sua cultura locale, *in primis* l'economia legata all'agricoltura.

D: Oggi, si può dire che siete riusciti nell'intento?

R: Al momento ti dico di sì...oggi dobbiamo solo arrivare a ragionare con qualche produttore in più, siamo solo due conosciuti però attingiamo anche ad altre realtà per avere il prodotto. L'unica cosa è mettersi assieme, il problema è però che gli altri non si aggregano, sono tutte persone che hanno ottant'anni e il nostro obiettivo è coinvolgere dei giovani. Ad esempio stiamo pensando che alcune cantine all'interno della denominazione del valpolicella possano mettere due o tre di queste piante all'interno dei loro terreni per dare un'immagine maggiore a questo prodotto. Già nel Comuni di Marano e in quello di Negrar alcune cantine hanno iniziato a fare questa scelta; ci sono poi due vivai che le stanno riproducendo, uno è di Mezzane, uno è di San Pietro in Cariano, perché alcuni le stanno richiedendo in giardino, addirittura anche alcuni turisti cercano la pianta. Poi qualche ristoratore, ad esempio oggi mi è

arrivata una telefonata da Venezia, a cui avevo già consegnato un po' di prodotto l'anno scorso e ne vuole qualcosa anche quest'anno..

Marchesini ha la preoccupazione di coinvolgere dei giovani nel progetto in contemporanea con un'opera di sensibilizzazione nei confronti delle cantine vinicole, perché i contadini del comprensorio sono tutti molto anziani e una varietà per sopravvivere ha estremo bisogno di cure umane.

Infatti anche i prodotti della terra devono essere pensati come il risultato di un'attività umana, in quanto

“le varietà coltivate, come comunemente le conosciamo e troviamo sui banchi dei fruttivendoli, derivano dalla fissazione di alcuni caratteri in seguito a processi di selezione interna alla specie; ed esistono perché qualcuno le ha coltivate, mantenute e tramandate nel tempo lento. Certo sono anche conseguenza dell'adattamento a un luogo, a un terreno e a un clima, ma soprattutto sono il risultato delle conoscenze e delle esperienze che hanno permesso un percorso di selezione e addomesticamento da parte di chi in quel luogo è vissuto. Le varietà sono espressione di cultura, non solo di natura.” (Angelini 2013:10)

Il Pero Misso, infatti, è definibile come varietà tradizionale solo perché da generazioni con continuità è stata coltivata in quel luogo, la cura delle sue piante è stata tramandata per consuetudine comunitaria da parte di molte persone, la natura c'entra certo ma fino ad un certo punto!

Quando il flusso delle informazioni e l'osservazione della pratica si interrompono il Pero Misso sparirà e con esso la tradizione. È importante insistere sul punto, considerare una varietà come quella del Pero Misso, varietà che capiremo meglio nelle risposte successive, nei termini di un “deposito” di conoscenze, significa in un certo senso riconoscere che si tratta di un “manufatto” che nel tempo è diventato un documento-contributo per scrivere la storia della realtà locale.

È in questo senso che Slow Food legge tale Presidio, per il movimento internazionale del cibo guidato da Carlo Petrini, fare quadrato attorno ad una varietà di frutta significa considerarla come il sostegno di un patrimonio collettivo, che in sé contiene le conoscenze agronomiche, il paesaggio agricolo, le forme economiche della sussistenza e le ricette di cucina delle famiglie del posto. Il Pero Misso si erge così a simbolo di un territorio che si trova ai margini della ricchezza della Valpolicella prodotta dal commercio internazionale del vino, diventando Presidio il Pero perde le sue caratteristiche esclusivamente vegetali, per assumere il peso dell'umanità che lentamente scompare ma che finora ha abitato ed è riuscita a conservare i luoghi dove i suoi fiori bianchi fioriscono.

D: Il prodotto consegnato di solito è trasformato?

R: Trasformato principalmente...alcuni lo richiedono anche fresco però dura poco diciamo. Anche perché non siamo ancora riusciti a capire molto la conservazione, probabilmente dovrebbe essere tenuto in una cella solo il pero misso come tipologia di frutto. Lui, maturando come un caco, quando decide di partire con l'ammessimento in poco tempo matura, quindi forse bisognerebbe tenerlo freddo. Quindi la vendita da fresco è molto difficile, però vive tre mesi da quando è raccolto non di più, i tre mesi invernali. Diciamo che la frutta tradizionale dovrebbe avere questa vita, non può averne di più. I frutti di per sé freschi non hanno lunga vita se non ci sono le conservazioni frigorifere. Poi le produzioni mondiali fanno sì che noi abbiamo qualsiasi frutto in qualsiasi momento. Questo se viene prodotto qua ha questa vita insomma...probabilmente se venisse portato in Cile potremmo averlo anche in Agosto. Deve essere raccolto verde e lasciato ammezzire come i cachi e le nespole e poi venduto nel momento giusto, prima di quel momento si può mangiare solo se cotto, non lo si riesce a mangiare crudo perché ha un tannino che lo rende immangiabile insomma. Queste sono tutte cose che ho imparato vivendoci e che mi sono state tramandate, sono cose normali per me, non ci pensi che siano delle procedure estroverse. Tu sai che devi raccogliarlo e per mangiarlo devi aspettare che

ammezzisca, mettendolo magari insieme ad altra frutta che velocizza il procedimento di maturazione perché l'etilene aiuta a stimolare la maturazione.

E poi c'è il capitolo consumo, ecco i commercianti che c'erano sul luogo facevano l'ammezzimento, ma adesso o non ci sono più o non sono in grado di farlo.

Il signor Marchesini riscontra i problemi dati dai segreti dei tempi dell'ammezzimento, questa è una delle difficoltà che si trova davanti il Presidio. Il frutto non è subito disponibile alla vendita come le logiche del mercato vorrebbero, bisogna raccogliarlo, poi attendere. Fresco, inoltre, ha un aspetto spiacevole rispetto agli standard della frutta che si trova esposta sui banchi della grande distribuzione, il suo essere *misso*, quasi marcio, non aiuta. Questo sembra però essere uno stimolo, ad esempio, per ideare ogni anno nuove idee per "trasformarlo", fuori registrazione, ad esempio, il signor Marchesini parla di aver l'intenzione di provare a fare un gelato al *Pero Misso*.

Il problema è acuito dal fatto che i proprietari delle botteghe di alimentari delle zone limitrofe non hanno più le conoscenze per procedere all'ammezzimento, processo che quindi ricasca tutto sulla figura del produttore, che in questo modo solo a sovraturazione avvenuta vede entrare qualche soldo nelle casse dell'azienda agricola.

D: Qualche commerciante locale oggi capisce il progetto?

R: Adesso dicono ma, ripartire con questa cosa sembra improponibile per loro perché la comodità di avere altra frutta che è sempre disponibile in qualsiasi tempo dell'anno non è paragonabile...

Questa è una delle cose che il Presidio sta cercando di fare comunque, ad esempio i ristoranti che mi chiamano sono indirizzati dalla conoscenza del presidio, sennò come facevano a risalire a me!?! Questo Slow Food è una cosa a livello mondiale, aiuta. Questo è un prodotto novità per i ristoratori, attira l'attenzione. Sicuramente

chi se lo può permettere è un consumatore o un turista che vuole provare un prodotto che non trova da nessuna altra parte.

Marchesini riconosce il ruolo di Slow Food come un qualche cosa che “attira l’attenzione”, “aiuta” a trovare un mercato per il prodotto, proprio quando i commercianti più vicini all’intervistato lo snobbano probabilmente per un calcolo costi-benefici riguardante la loro attività commerciale.

D: Una curiosità, ma i bambini di Marano oppure di Negrar conoscono il Pero Misso?

R: No, no...credo che forse lo conoscano i genitori ma i bambini no. E pensa che quando matura questo è un frutto portatore di vitamina B12 che molte altre tipologie di frutta non hanno, nell’ammazzamento la trasformazione degli zuccheri dà queste caratteristiche. Poi ha una struttura all’interno che sono gli sclereidi, mi sembra che il nome sia questo.. che sono dei granellini particolari che lo rendono un po’ grumoso e aiutano la digestione perché muovono la flora batterica dell’intestino, dunque è uno stimolatore della digestione.

Di questo dovrebbero occuparsi enti come l’USSL o i Comuni per fare conoscere questa tipologia di frutto ed inserirla all’interno di un consumo nelle scuole, nei pasti. I prodotti che venivano fatti nei territori avevano dei consumi principalmente locali, anche perché avevano delle funzioni per l’alimentazione, non erano coltivati per fare reddito, questo frutto serviva in quel determinato periodo, forse aiutava a digerire i consumi di grasso in eccesso nel periodo invernale, penso che tutto avesse una spiegazione in quel tempo, però queste sono ipotesi mie, le immagino come funzioni logiche della stagionalità...probabilmente per disintossicarsi di determinate cose si consumava come elemento che poteva essere d’aiuto, queste comunque sono caratteristiche emerse anche dalla ricerca fatta dall’Università di Verona. Questa insomma è impartita un po’ come un’idea strampalata, che non so se diventerà economica però dà delle soddisfazioni. Ad esempio quest’anno volevo provare a fare

una birra con questa tipologia di pere, poi stiamo essiccando la pera anche per usarla nei risotti mantecati con vari tipi di formaggio. Le usiamo come confettura, le abbiamo poi provate essiccate per fare dei dolci... ad esempio intinta nel cioccolato fondente viene fuori un capolavoro. Ecco, le trasformazioni sicuramente ci aiutano a veicolare un po' di più il prodotto.

L'intervistato ricorda gli studi compiuti dalla Sezione di Anatomia e Istologia della Facoltà di Medicina dell'Università di Verona, attraverso l'uso della risonanza magnetica per individuare le principali proprietà nutritive del frutto del Pero Misso e la successiva valutazione di queste analisi sotto un profilo nutrizionale e nutraceutico. Ipotizza poi, un po' per sentito dire e un po' per convinzione personale, che il consumo alimentare del frutto in questione fosse nel passato perfettamente integrato nella dieta della popolazione locale, tanto da avere un ruolo quasi medicinale.

Rimarca, inoltre, il fatto che quella di istituire un Presidio Slow Food sul Pero Misso è stata "un'idea strampalata" che, però, ha già dato una rendita dal punto di vista delle soddisfazioni.

D: Il compratore di solito chi è?

R: Oggi è gente che vuole curiosare, ma sono anche persone a cui i loro genitori dicono: "ma sai che il nonno ce l'aveva...il papà ce l'aveva nel suo campo?" vogliono provarlo per quello ad esempio. Chi comincia a consumarlo sei sicuro che torna a comprarlo, stiamo facendo dei mercati e ti dico che quando abbiamo il pero no c'è assolutamente nessun problema per venderlo eh! Anche da fresco!

D: Questa è un po' una vittoria?

R: Sì...anche perché non sono tanto soddisfazioni economiche, c'è qualcosa d'altro..

D: Appunto, allora com'è sentirsi in qualche modo un custode della biodiversità?

R: Ti dico che sono cose che fino a quando ero giovane le consideravo poco. Adesso invece vedi di bello che con il tempo abbiamo convinto le persone, non solo a consumare ma anche a ragionare in una certa maniera. Perché iniziano a venire alla ricerca di questo territorio, perché non ci sono solo le pere...hai visto anche tu l'ambiente com'è, ci vorrebbe solo della forza umana per gestirlo, che comunque secondo me sta tornando, anche stranieri eh, ad esempio io ho un ragazzo spagnolo che lavora con me perché ha capito quello che ho fatto fino adesso, ed è un sentire anche suo.

Il signor Marchesini, comprensibilmente si compiace del fatto che il progetto è riuscito nel tempo a convincere le persone e, va detto, convincere le persone a comprare frutti che sembrano marci non è impresa da poco.

Si è capito forse che l'agrobiodiversità, nota anche come biodiversità coltivata, è messa in pericolo dalle preferenze di consumo alimentare degli esseri umani. E che non si conserva il patrimonio varietale se si dissolve l'ambiente rurale che ne permette la trasmissione, come afferma Massimo Angelini, docente di Storia Rurale a Genova, non ha senso, ad esempio, recuperare i semi se si estirpano i contadini.

In una visione più ampia del discorso la gente che come dice l'intervistato inizia "a venire alla ricerca di questo territorio", dovrebbe essere sensibilizzata sul fatto che

“per conservare la diversità delle piante agricole e il patrimonio di varietà e razze tradizionali, bisogna che nelle aree rurali e montane soggette a spopolamento funzionino le scuole per i figli di chi ci vive. E i servizi sanitari. Bisogna che le botteghe nei paesi possano restare aperte senza essere schiacciate dal peso delle norme fiscali e da norme igieniche astratte. Bisogna che gli agricoltori e gli allevatori possano lavorare in pace, senza l'aggravio di oneri, registri, carte, controlli che generano burocrazia...Bisogna che i diritti comuni sulla terra e le sue

risorse siano preservati e che, allora, sia interrotto il processo di liquidazione degli usi civici.” (Angelini 2013: 20)

Questa citazione non porta fuori tema, perché questi aspetti sono i presupposti che possono offrire la possibilità di continuare a vivere sulla terra, se vengono a mancare, l'unica opzione che rimane sta nell'abbandono dei territori. Il Presidio è uno strumento che prova a scongiurare, questo avvenimento, purtroppo, molto probabile.

D: A salvare il Pero Misso non ci sono solo i veronesi?

R: No, ci sono anche altri che hanno queste sensazioni e qui trovano un contesto dove si può ancora ragionare su queste cose, dove c'è solo vigneto tu non puoi più ragionare su queste cose, mica puoi pretendere di piantare un filare di peri missi. Anche attraverso il turismo cerchiamo di creare un consumo ragionato sulla biodiversità, che vuol dire ad esempio avere un piccolo vigneto Bio come il mio e avere le fragole lungo i filari, ai bordi ci sono le orchidee. Questo è un approccio non economico quindi nessuno vuole fare queste cose. Non tanto per i tempi di impegno e di lavoro ma perché è un altro tipo di economia. Con la fantasia puoi costruirti qualsiasi tipo di attività. In queste zone ci sono erbe, fiori, produzioni animali, secondo me bisogna attivare il discorso della fantasia dell'uomo perché ha perso qualcosa sotto quell'aspetto lì...

Citando il fatto che ad aiutarlo c'è un ragazzo proveniente dalla Spagna, che ha le sue stesse “sensazioni”, l'intervistato sembra confermare che il suo sia un approccio quasi psicologico al lavoro della terra. Un rapporto mentale che mette in discussione un dominio del tutto strumentale nei confronti della natura e che propone invece delle relazioni con la terra basate, appunto, su altre “sensazioni”: in grado forse di ricondurre ad una relazione di tipo coevolutivo?

Probabilmente sì, quando parla di “fantasia dell’uomo”, Marchesini usa un eufemismo per dire che è l’uomo ha il dovere di comprendere l’ambiente naturale come il suo ambiente di vita. In questi termini ,infatti, il rapporto tra il sistema sociale e il sistema ambientale può finalmente essere caratterizzato da un “processo di accoppiamento strutturale” (Pieroni 2008: 212).

Usando la parola “sensazioni” l’intervistato, quindi, richiama un rapporto con la terra che si estende oltre il confine dell’agricolo, che assomiglia molto al concetto di *buen vivir* che prende spunto e ispirazione dal modello millenario di vita delle comunità originarie delle Ande, le comunità native di quelle montagne hanno, infatti, un’idea della vita basata sulla consapevolezza di “utilizzare della natura solo quanto è necessario, per evitare di danneggiarne e pregiudicarne la riproduzione, compromettendo così anche i diritti delle future generazioni” (De Marzo 2009: 141). Quando il signor Marchesini dice che dietro il suo approccio alla terra c’è “un altro tipo di economia”, sembra dire implicitamente tutte queste cose.

D: Esiste anche una “fantasia del luogo”?

R: Ovviamente, perché tu quando perdi un processo di conoscenze che sono queste, tramandate oralmente, perché il contadino non ha mai scritto più di tanto, dunque o te lo trapassa lavorandoci insieme o qualche anziano al massimo può darti delle nozioni. Ad esempio io sul biologico non sono partito pensando che fosse un business, io mi ricordo da quando son nato che i contadini dagli anni ‘60-’70 in poi hanno iniziato a morire per problematiche legate ai concimi e agli antiparassitari perché non avevano nessuna precauzione per usarli, addirittura all’epoca li distribuivano gratuitamente per fare delle prove. Dunque le persone che avevano 55-60 anni cominciavano a morire per tumore. Quindi si può dire che si è spezzata la catena...e il mio ragionare è stato, ma perché devo fare in quella maniera lì? Far morire i miei figli e anche chi consuma i miei prodotti?

Io quella domanda me la sono posta fin da subito. Io sono certificato biologico dagli anni ’90, non su tutta la produzione, ad esempio sul ciliegio ancora no. Noi ci stiamo

battendo in un contesto generale per la salvaguardia della terra, ad esempio stiamo lottando contro lo smembramento della collina di Marezzane dove vogliono fare cemento, ci battiamo per il domani, per conservare il territorio, per salvare prima l'uomo ma dopo tutti gli altri elementi. Io sono andato ad impararmi l'agricoltura biologica, attraverso vari percorsi, perché era stata cancellata totalmente con l'arrivo della chimica. Mi aggiornano tutti gli anni...queste non sono cose che ti danno soddisfazione economica, a me interessa arrivare a un pareggio nella mia azienda, nel senso di fare degli investimenti che poi nell'arco dell'anno riesco a coprire, ma non per avere margini, anche volendo con prodotti di questo tipo non ce la farei. Quindi ritornare a fare delle piccole produzioni che siano inserite nella globalità dell'azienda, che si riesca a raccogliere senza troppa mano d'opera, che siano stagionalità e che lo sbocco sia locale, perché altrimenti non è sostenibile, il consumo locale sarebbe l'ottimo per tutti.

Le considerazioni sul biologico, le lotte per la salvaguardia della terra collocano il maggior produttore del Presidio del Pero Misso, nel bel mezzo del nuovo universo contadino, che è oggi costituito da molte persone appartenenti a movimenti di resistenza nei confronti dei processi di globalizzazione e a reti locali fortemente orientate a pratiche alternative che trovano, ad esempio, nel consumo locale degli alimenti, cioè in quello che nel corso della tesi è stato chiamato "mangiare geografico", una via per la riscossa propria e quindi dei territori di cui si prendono cura.

D: Come si fa a spiegare i prezzi di questi prodotti rispetto a quelli della grande distribuzione?

R: L'unica, secondo me, è far entrare la gente nel territorio facendogli capire quante ore di lavoro servono, e poi si deve soprattutto parlare della qualità maggiore del prodotto. Bisogna iniziare a parlare di qualità percepita, questa però non è una cosa facile da fare...solo quando parli a quattr'occhi con le persone ce la fai, nel momento

che tu una pera la fai assaggiare da lì riesci un po' a fare girare l'ingranaggio per far capire alla gente. Ma queste sono cose che un contadino che lavora dieci ore nel campo non riesce a trasmettere, dovrebbe dedicare del tempo per fare questo...

Non è semplice perché noi, ad esempio, siamo legati al Parco regionale della Lessinia che a volte ci chiama per fare delle fiere espositive, però tu sei là a fare lo schiavetto, non prendi neanche le spese, logicamente sono cose fatte per il loro ritorno d'immagine, per i voti e per i finanziamenti. È interessante invece spiegare alle persone, quello sì, nel momento che uno assaggia è bello anche ricevere delle domande, solo così capisco che quel tempo dedicato non è buttato. Poi un'altra cosa, quando si entra in una azienda agricola ci sono delle contraddizioni, cioè io ti sto dando delle notizie che sono il massimo della mia espressione, però poi c'è la stalla, c'è la coltura e non è tutto in ordine come piacerebbe al turista che viene o alla persona che viene dall'esterno perché vede confusione, ma questa è un'azienda agricola in cui si lavora altrimenti non sarebbe reale e protetta alle spalle da qualcosa d'altro che ti permette di farti vedere le cose belle e ordinate. L'approccio nostalgico all'agricoltura quindi diciamo che ci fa danno in qualche modo.

Marchesini lamenta lo sfruttamento mediatico a cui a volte è sottoposto il lavoro dei contadini nelle iniziative pubbliche promosse da organizzazioni politiche locali. Allo stesso tempo, però, riconosce l'importanza di avere un rapporto diretto con chi acquista il prodotto, solo una simile relazione tra produttore e consumatore riesce infatti a dare conto dei prezzi dei suoi prodotti.

D: In questo momento riesce a pensare al consumatore dei suoi prodotti come a una specie di coproduttore?

R: Allora per quanto riguarda il Pero Misso, i primi che sono arrivati erano solo consumatori, la figura del coproduttore sta maturando adesso...

Ad esempio abbiamo avviato l'iniziativa dell'orto collettivo per avvicinare i bambini e chi vuole lavorare la terra. Soprattutto i bambini vedo che capiscono, si applicano

più dei genitori e più facile per me insegnare loro...questi bambini secondo me sono quelli che magari da grandi diventeranno amministratori e riusciranno a dare il messaggio che il consumo dei prodotti di un territorio fa sì che il consumatore diventi coproduttore. Tu sai che il prodotto arriva da quel luogo e la tua salute ad esempio è garantita. Però questi sono segnali che negli ultimi 5-6 anni vediamo evolvere velocemente. C'è anche una nuova sensibilità perché i residenti della Valpolicella non sono più solo residenti nati, ma persone che vengono da altre realtà e vedono meglio le problematiche e allora cominciano a fare delle domande intervenendo anche sugli errori presenti nel territorio.

L'iniziativa dell'orto collettivo è quindi un lavoro in prospettiva, mira a formare gli adulti di domani, inutile qui pontificare sulla lungimiranza delle parole del contadino intervistato.

Interessante, è inoltre il discorso sulla migrazione di cittadini che sempre di più stabiliscono la loro residenza in Valpolicella. Questi non sono visti come nemici, troppo spesso il rapporto tra chi lavora la terra e, ad esempio, chi lavora in ufficio è stato letto in termini conflittuali. Anzi, i nuovi abitanti della valle sono riconosciuti come una risorsa, perché sono in grado di riconoscere con più facilità le problematiche del territorio che vengono ad abitare, grazie ad uno sguardo critico proprio di chi arriva dall'esterno.

D: Mi permetta, ma il “contadino medio” della zona ragiona come Lei oppure sono davanti ad un'eccezione?

R: No, sono ragionamenti che si fanno tra persone giovani come te, nel senso che se io incontro un giovane che comincia un po' a ragionare su questo ok, ma sull'anziano è più complicato, e in questa zona i contadini sono in su con gli anni. Però c'è da dire che ad esempio quando iniziano a vedere l'orto collettivo con la paglia per far crescere meglio gli ortaggi come le zucchine si fanno qualche domanda...il *compost* che ho fatto me lo vengono a rubare di notte ciò vuol dire che quello è un *compost*

valido, anno visto le verdure venire bene senza trattamenti, allora *i vien a torse il compost* no...questi sono tutti segnali.

D: Lei sarà mai riconosciuto come una guida, un esempio?

R: No assolutamente no, anche perché io continuo a battermi, ad esempio ad un evento recente in zona che parlava di contadini mi sono arrabbiato perché di contadini del posto non ce n'erano, e invece sarebbe opportuno far parlare quelli. Bisogna insomma trovare delle parole chiave da fare uscire dalla nostra cerchia, è l'incontro a quattr'occhi che ti fa comunicar, il fattore mediatico vale fino ad un certo punto. Internet si è utile ma è fredda quella macchina lì *non la dise niente*, va benissimo perché permette contatti però bisogna parlare, avere tempo di parlare...è una cosa che uno ha e sente di dirla nel percorso di vita che ha fatto, ad esempio io ho fatto una vita che ero abbastanza timido perché un contadino è sempre da solo nel campo, adesso invece non son più emarginato, sono dentro a reti di relazioni adesso. Riesco quindi a comunicare con le persone che hanno un'istruzione maggiore della mia, io ricevo da loro, ma anche io offro loro qualcosa...perché anche questo è un aspetto importante. Cioè io non sto perdendo tempo con te, anche questa è parte del lavoro e voglio che venga fatta bene, è un segnale perché questo territorio venga riconosciuto e venga ripreso in mano. Queste cose adesso un po' di teste le hanno capite, non quelle che comandano però, loro non hanno ancora capito che bisogna andare "slow", ma non perché è una moda, perché è inutile cosa *coremo par andar ala morte piassè veloci..meio che n'demo piassè pian, e se godemo* mangiando una cosa semplice, magari un pezzo di Pero Misso. (risata)

Il Presidio sembra aver già ottenuto un grande risultato ha messo al centro di una rete di relazioni il produttore, consentendo di uscire da quell'emarginazione che molto spesso fa sentire chi lavora oggi giorno la terra: solo, isolato dal mondo.

Appare quindi come uno strumento che in questo caso, oltre a promuovere l'emancipazione di un territorio dimenticato, si fa carico dell'emancipazione dei produttori, che spesso per la prima volta si sentono orgogliosi di quello che fanno, hanno sempre fatto e grazie al Presidio, probabilmente riusciranno a fare più volentieri.

5.3.5

INTERVISTA AL RESPONSABILE SLOW FOOD

L'intervista che si riporta di seguito è stata fatta ad Antonella Bampa, responsabile di Slow Food per il Presidio del *Pero Misso*, nonché fiduciaria della Condotta Slow Food di Verona. È una delle persone chiave del movimento a livello locale, il fiduciario, infatti, ha tra i suoi compiti quello di guidare il comitato di Condotta, un'assemblea ristretta ai soli soci Slow Food che hanno incarichi particolari, di cui è il punto di riferimento. È lei che tiene i rapporti con Slow Food Veneto e con la sede centrale di Slow Food Italia, il tutto a titolo volontario, non riceve infatti alcun compenso economico.

La signora Bampa di professione è *sommelier*, ha ottenuto inoltre il titolo di guida enologica conferenziera attraverso la partecipazione a corsi organizzati dall'Unione Europea e fa parte dell' "Associazione delle Donne del Vino". Conosce molto bene l'universo vino e anche il mondo della ristorazione, ha una lunga esperienza come consulente per le carte dei vini di locali rinomati come, per fare due esempi, il Caffè Pedrocchi di Padova e il Vecio Fritolin di Venezia. Accompagna inoltre piccoli gruppi specializzati in visite di degustazione guidata alle cantine vinicole di tutta Italia.

Come si potrà leggere, il tenore dell'intervista risulta più concentrato sul Presidio del *Pero Misso* come operazione di Slow Food in sé, approfondendone alcuni particolari e rivelandone di nuovi, rispetto a quella del signor Marchesini che invece ha spaziato, a buona ragione, sulle condizioni contemporanee del mondo contadino. Si ricordi che la signora Bampa, infatti, parla in veste istituzionale in quanto rappresentante del movimento Slow Food.

L'intervista è avvenuta qualche settimana dopo quella effettuata al referente dei produttori del Presidio, lo si noterà perché l'intervistata è a conoscenza di questo aspetto e quindi citerà spesso la figura del signor Marchesini.

Lo schema proposto sarà nuovamente quello “domanda-risposta-commento della risposta”, e, come nel caso precedente, nella parte riservata al commento si daranno approfondimenti nozionistici e teorici sulle tematiche in questione.

Domanda: Il Pero Misso può essere considerato un po’ come il “brutto anatroccolo” del paesaggio alimentare veronese?

Risposta: E’ stato sicuramente un presidio scommessa più di altri perché non si capiva bene cosa potesse dare, anche perché era possibile prendere in considerazione anche tante varietà di mele che producono di più e che erano più conosciute al grande pubblico, ma spesso i Presidi hanno proprio il senso di dire vado in cerca dell’ultimo “brutto anatroccolo” perché se riesci a tirare su quello lì, anche gli altri di conseguenza dovrebbero farcela.

Il motore principale di questa iniziativa riguardante il pero misso è stata l’associazione “Antica Terra Gentile” perché sono stati loro insieme ad un docente universitario di Padova a cercare Slow Food per provare ad istituire il Presidio.

Definisce il Presidio in questione come un “Presidio-scommessa”, si sapeva in partenza che il frutto avrebbe avuto delle difficoltà ad essere accettato a causa delle sue caratteristiche stravaganti.

D: Alcuni criticano Slow Food perché arriva e mette la sua bandierina, in questo caso specifico però non sembra essere andata così, mi sbaglio?

R: Abbiamo cominciato nel 2009 ad andare alle riunioni dell’Istituto che c’è a San Floriano di viticoltura e di frutti antichi che collabora anche con la Regione Veneto, “Antica Terra Gentile” e questo Istituto avevano capito il progetto dei presidi si concentravano anche sulla possibilità di intervenire per salvare varietà di frutta a rischio di estinzione con delle modalità d’azione valide e concrete.

Io non ero ancora fiduciaria di Slow Food Verona però mi occupavo già di alcune questioni interne alla Condotta locale, ed è stato un piacere per me scoprire il mondo di queste persone.

Poi un ragazzo, Stefano Iseppi, che doveva fare una tesi di laurea in Agraria invitato dal suo Professore e sostenuto dall'Associazione, la fece sul Pero Misso. Fu lì che iniziarono a giungere informazioni anche scientifiche più precise sulla particolarità di questo vecchio frutto della montagna veronese. Queste conoscenze si potevano portare come testimonianza per intervenire subito, per il motivo che del Pero Misso si iniziava veramente a sapere poco, anche per problemi di denominazioni, molti anziani lo chiamavano in modi diversi e le generazioni di mezza età non ne ricordavano più nemmeno l'aspetto. Il rischio era veramente quello di perderlo o peggio ancora di confonderlo e quello sarebbe stata la fine del discorso. Quello era proprio il momento giusto per mettere a fuoco un frutto in particolare.. molte volte ci hanno detto ma perché non avete tutelato la mela di qua il pero di la oppure le ciliegie, ma per fare queste cose ci vuole un lavoro comune di parecchie figure per arrivare a risultati accettabili. Insomma, ideale era per il momento concentrarsi bene su una cosa, quella che ritenevamo essere quella con maggiori difficoltà.

La signora Bampa, cita il fatto della scarsa conoscenza del pero come pericolo numero uno, perché se una varietà esce dall'orizzonte percettivo e dalla memoria delle persone è come se non esistesse più, ciò che non si riesce a riconoscere può facilmente scomparire nel silenzio anche se, magari, ancora esiste.

Inoltre, c'è il problema delle molteplici denominazioni che rischiano di confondere e intralciare il progetto del Presidio. Infatti, il nome di una varietà è capace di mutare da parrocchia a parrocchia, da valle a valle, ma il nome riconosciuto e usato dalla gente di solito è sempre quello vero, la sua presenza nel linguaggio delle comunità locali è di per sé prova dello stretto legame di una varietà con un luogo e chi lo abita, le classificazioni popolari non sono sicuramente quelle della scienza, ma di queste non sono né meno vere né

meno rigorose, grazie a loro, infatti, per secoli la gente è riuscita ad orientarsi in modo efficace (Angelini 2013).

Il riconoscimento di una varietà locale richiede perciò sempre molta cautela, non solo perché diversi nomi locali possono riferirsi alla medesima varietà, ma anche, al contrario, perché varietà differenti a volte sono chiamate con lo stesso nome. Nel caso di un'iniziativa simile, che richiedeva una sorta di istituzionalizzazione del *Pero Misso* c'era bisogno di un nome ufficiale anche se non da tutti condiviso, affinché l'attributo dialettale per associazione di immagini richiamasse subito alla mente quel preciso frutto.

D: Immagino sia stato un lavoro difficile.. si può dire che dovevate in pratica caricare un pero di significati?

R: È certo, anche perché è un pero che può essere mangiato solo sovrammatturo, ha quindi un aspetto non proprio invitante e per lo più a livello di gusto risulta ostico per chi non ha mai avuto a che fare con certi sapori.

Il *Pero Misso* non è una varietà comune di pera.

Benché le varietà di pere conosciute al mondo siano oltre quattromila con una notevole differenziazione di forma, grandezza, colore e sapore. La coltivazione intensiva riguarda un migliaio di queste varietà, tuttavia però, il mercato mondiale è dominato per l'80% da duecento *cultivar* tra cui in Europa: le William, le Abate-Fétel, le Conference, le Spinella, le Passacrassana, le Kaiser e le Guyot. Di solito pere belle da vedere al contrario del *Pero Misso*, il "brutto anatroccolo" delle pere.

L'occasione permette di tracciare una brevissima storia della pera europea, questa è da molti ritenuta originaria dell'Anatolia, e deriverebbe da due varietà selvatiche i cui semi sono spesso rinvenuti in grotte e ripari abitati in tempi preistorici. I primi segni evidenti di coltivazione sono però stati trovati dagli archeologi botanici in Cina, dove non a caso l'albero di pera è

considerato simbolo di longevità, i quali risalgono a 4500 anni avanti Cristo, mentre il primo documento scritto che cita le pere in ambito commerciale è una tavoletta di argilla sumera del 2600 a.C..

Inoltre, per avvicinarsi geograficamente, è risaputo che il frutto godesse di grande reputazione presso i greci, tanto che Omero, o chiunque si celasse dietro questo nome, arrivò a definire la pera “un dono degli dei”, a Roma poi, Virgilio incitava in questo modo a coltivare negli orti dei Patrizi il dolce frutto: “Pianta i tuoi peri, o Dafne, così che i tuoi nipoti ne raccolgano i frutti” (Grasso 2013: 7).

D: Questo Presidio è pensato per un pubblico Gourmet o per costruire sovranità alimentare attraverso un particolare prodotto locale?

R: Guarda, in tanti mi dicono meno male che ci siete voi di Slow Food così mangiamo bene, e io cerco di spiegargli che Slow Food ha anche altri obiettivi. I quali è vero che si sono spostati nel tempo e spesso ciò rende la natura dell’associazione interpretabile in modi diversi.

Il discorso di vederci come degli snob che si divertono a fare degustazioni di prodotti di nicchia è secondo me strettamente legato al fatto che ad esempio un prodotto come il *Pero Misso* fa veramente fatica ad arrivare a tanti e questo porta ad un malinteso. Il pero misso so che andava fuori a due euro al chilo, con poco potevi portarti a casa delle cassette di peri, che se si vede il signor Marchesini arrampicato su questi alberi rischiando veramente la vita non corrisponde minimamente al loro valore reale rispetto a quello che paghiamo mele e altri tipi di frutta che vengono gestiti con le macchine per estensioni incredibili, e magari riescono a coglierli allungando una mano.

Allora mi fa piacere dire che i frutti dei presidi non sono dei frutti per eletti, per pochi perché Slow Food tiene un target alto di consumatori, ciò però si incrocia in maniera un po’ controversa al fatto che purtroppo i presidi non possono arrivare a tutti perché si basano su piccole produzioni. Il valore di sostenere queste piccole produzioni è proprio quello di rivalutarle alle comunità. Questo vuol dire, e il pero ne

è una prova, che mentre il signor Marchesini stava abbandonando la raccolta e lasciava la frutta sugli alberi e quindi in un certo senso la buttava via. Anche grazie al ristorante di Venezia frequentato da gourmet che chiede una fornitura di Pero Misso arriva sul territorio intanto qualche soldo che prima comunque non sarebbe arrivato, perciò ha rivalutato la fatica della raccolta, ha rivalutato il lavoro e ha rivalutato l'economia di quel frutto perché mi auguro che dai due euro al chilo si possa salire di prezzo per dare un giusto contributo al suo lavoro. Poi queste richieste fanno girare la voce, è successo ad esempio che altri agricoltori che hanno degli alberi di Pero Misso nelle loro vallate, sono andate a bussare alla porta di Marchesini, perché avevano saputo che da Venezia, da Vicenza, dall'Emilia e da Torino gli chiedevano i perisone, andati a dirgli che se vuole hanno della frutta anche loro, gente che negli anni delle riunioni non si era mai vista e tante volte quando dicevamo che era necessario che tutti coloro che avevano alberi era bene che si legassero insieme nella comunità del cibo del Pero Misso attraverso la voce dell'associazione Antica Terra Gentile certi contadini vedevano questo invito come un modo per Slow Food di fare soci, ti fanno tanti bei discorsi ti domandano dei soldi per fare una tessera e poi non li vedi più.

A me ed ad altri di Slow Food ci è stato chiesto più volte qual era il nostro compenso perché mettevamo il nostro tempo a disposizione del progetto del Pero Misso e che ritorno economico avremmo avuto in cambio.

Ci hanno proprio chiesto espressamente “quanti soldi prendete?”... non abbiamo mai preso un soldo ma non era neanche nostra intenzione prenderli, noi fin dall'inizio sapevamo che per quanto ci riguardava era un discorso culturale per il sostegno del territorio. Questi travisamenti sono abbastanza comuni e fanno male.

Nel tempo Slow Food è passata dall'associazione di *gourmet* che frequentavano ristoranti, grandi cantine con la volontà di scegliere i prodotti più buoni che c'erano, e questo ha portato a leggere l'associazione nel senso dell'élite ad occuparsi del cibo in funzione del territorio, della salute e delle microeconomie, è un po' più difficile fare passare questo messaggio alla gente, oltretutto non volendo fare politica in modo tradizionale, perché ad esempio Slow Food è uscito dal “Manifesto”, dall’“Archi”, da situazioni di una sinistra ben collocata e decisa. Anche se nel corso degli anni hanno provato ad attaccarci a tutti i carretti politici possibili ed immaginabili. E io che ci

lavoro dal '90 attraverso il vino posso dire che Slow Food è sempre stato ben lontano dalle attività politiche vere e proprie, perché la politica ti imbriglia in interessi che non sono di sicuro della persona che si interessa del Pero Misso mangiandolo o producendolo. La grande politica non si occuperebbe dei prodotti dei Presidi, non si occuperebbe della piccola economia, non aiuterebbe i piccoli produttori locali, ad esempio a Venezia dove studi tu ci sono veramente pochissimi pescatori che cercano le *moeche*, andrebbero invece veramente sostenuti perché altrimenti le isole si spopolano, la laguna si spopola, si perde economia e valore alimentare.

Il fatto che i Presidi siano volutamente basati su piccole produzioni genera alle volte l'equivoco che si tratti di prodotti nicchia, costosi e quindi avvicinati solo dalle classi sociali che possono permetterselo. L'obiettivo di Slow Food sembra però esattamente il contrario, la signora Bampa lo riconosce quando parla di una rivalutazione del frutto da fare prima di tutto nei confronti della comunità locale. Allo stesso tempo d'altra parte salva anche il "consumo *gourmet*", in quanto questo può essere sicuramente un motore di traino al progetto, alzando il valore economico del prodotto infatti crea microeconomia locale. Sovranità alimentare e ghiottoneria non sembrano in questo ragionamento essere distanti o incompatibili.

I pregiudizi su Slow Food nascono da queste situazioni, la diffidenza e i sospetti dei contadini, citati dalla signora Bampa, non devono però essere bollati come retrogradi o ridicoli, anzi vanno presi in considerazione. Come spiega molto bene Massimo Angelini nel suo libro "Minima Ruralia" attraverso queste parole:

"La comunicazione serve per vendere meglio i prodotti, ma quando è eccessiva genera espropriazione, perché altera le caratteristiche di natura e contesto delle varietà tradizionali. Se è vero che un'attenta promozione dei prodotti derivati da varietà e razze tradizionali può farne emergere le qualità particolari e può contribuire a fare riconoscere un giusto prezzo a vantaggio dei produttori, è altrettanto certo che esistono soglie di quantità e intensità della comunicazione

promozionale oltre le quali si provoca lo stravolgimento di quelle qualità particolari e si generano controeffetti di erosione della diversità agricola e di espropriazione della titolarità e del controllo locale sulle risorse”,

il pericolo, denunciato dallo studioso, è spesso quello di mantenere in vita i piccoli produttori “se necessario anche in forma assistenziale, in quanto legittimano una immagine locale e positiva di prodotti ormai delocalizzati”, le domande dei produttori alla responsabile del Presidio non sono insomma del tutto fuori luogo in un periodo storico in cui “volentieri e sempre più spesso, le campagne pubblicitarie fanno leva sull'icona del pastore, del contadino, dell'artigiano per vendere prodotti di fatto consegnati al marketing dell'agroindustria”, i loro tentennamenti probabilmente sono giustificati dal fatto che in alcuni casi “troppa comunicazione genera espropriazione” (Angelini 2013: 37-38).

Certo è che Slow Food non si limita ad essere un'“agenzia pubblicitaria” dell'agroindustria, è al contrario soprattutto un'organizzazione politica che si preoccupa di agire per la costruzione alimentare delle realtà locali, in netta antitesi ai dogmi del libero mercato.

D: Però se mi permette il discorso politico sotto traccia c'è.. o no?

R: Certo ed è fondamentale perché parlare di cibo in questi termini vuol dire anche parlare di politica, ma non è una politica schierata al servizio di nessun tipo di colore, è ad esempio una politica che si schiera per la salute, poi ovvio se si ragiona in termini capitalistici per la frutta e la verdura, il cibo in generale, si arriva agli eccessi delle multinazionali e sicuramente allora Slow Food può in questo senso appartenere ad un fronte anticapitalista che lotta contro l'omologazione dei consumi. In questo senso sì che l'associazione si occupa di politica, d'altra parte l'ha detto un sacco di volte Petrini che mangiare è un atto politico. Io ho cominciato a capire negli anni Ottanta avendo un ristorante che dal Piemonte arrivava un'aria interessante, ti

consigliavano quel vino perché di quel produttore ad esempio e noi che facevamo da mangiare a Verona forse sentivamo il bisogno di spunti di quel tipo, dovevamo capire che le cose che consideravamo banali da mangiare perché le mangiavamo ogni giorno avevano invece un valore alto. Poi credo che sia naturale nel susseguirsi delle generazioni avere delle difficoltà a digerire certe abitudini che ti arrivano dai genitori o dai nonni perché tu sei portato a vederle come cose vecchie, ti sembrano cose da sorpassare e che solo così puoi andare avanti. Però il discorso che ti viene a fare Petrini non permette di buttare via il bambino con l'acqua sporca facilmente, perché riconosce in quelle cose un valore sociale, culturale e a volte come nel caso del recupero del Pero Misso, anche economico.

L'omologazione dei consumi cui fa riferimento l'intervistata comprende oramai anche tutti quei prodotti che dal marketing pubblicitario vengono ricondotti ai termini: tradizionale, locale, genuino. Ma, è difficile che i prodotti locali possano avere caratteristiche simili ai prodotti industriali, non potranno mai avere caratteristiche di sostanza, aspetto e sapore omogenee. Non potranno mai essere un modello ripetibile uguale a sé stesso, sono particolari, legati a un tempo e a un luogo. Fare politica per Slow Food consiste anche nel mettere in guardia sul fatto che con il mutare di contesto mutano i prodotti, i meccanismi economici che sfruttano i prodotti locali, li astraggono dal loro contesto e dalla loro variabilità per ricondurli ad un modello unico eliminandone così i caratteri del luogo, il tempo e le relazioni che li rendono peculiari e ne fanno un documento. Quando avvengono certe promozioni o improbabili valorizzazioni di prodotti locali finalizzate ad esempio esclusivamente all'export, il prodotto locale inteso come un prodotto-documento, che trova il suo valore nelle narrazioni che lo hanno accompagnato nel tempo, si riduce a un prodotto-merce come tutti gli altri presenti sul mercato, differenziandosi magari solo per caratteristiche nutrizionali e di gusto maggiori e quindi un prezzo più alto. Si può sostenere che un prodotto locale che subisce speculazioni tali da ridursi a prodotto-merce, degenera in prodotto di nicchia.

D: Chi ha preso sul serio fin da subito l'operazione pero misso?

R: Sicuramente Plinio Pancirolli che è il coordinatore della comunità di “Antica Terra Gentile”, Roberto Marchesini perché aveva la frutta e sapeva e Stefano Iseppi che è stato coinvolto da Pancirolli dall'inizio che gli diede il tema per la tesi che è stata molto apprezzata dai docenti dell'Università di Padova, si è unito successivamente il gruppo dell'Istituto di San Floriano. E poi pian piano è venuto su il gruppo di contadini dell'Alta Valpolicella perché in molti hanno alberi di Pero Misso nei loro campi. Noi di Slow Food siamo andati a spiegar loro che cosa fosse il progetto dei Presidi e a vedere come mettere in piedi una costruzione pratica del discorso. Abbiamo fatto una proposta che si è basata poi sulla tesi di Stefano Iseppi. È stato difficile solo capire come, cosa e chi alla fine, non ci sono stati altri ostacoli, anzi sull'onda dell'entusiasmo del Pero Misso sono state fatte parecchie altre proposte, dicevano va bene allora applichiamoci sul pero ma perché non sulle mele!? Perché no ad esempio sui gnocchi di malga della Lessinia!?

Il discorso del Presidio ha unito un sacco di rappresentanze, di associazioni che si dedicavano già ad un certo tipo di agricoltura e magari sensibilizzavano già sulla situazione di pericolo che correvano certe varietà di frutta.

C'è da dire che nonostante qualche sospetto iniziale da parte di qualcuno su Slow Food, nessuno dei membri dell'associazione che hanno promosso l'attualizzazione del Presidio era coinvolto in senso lavorativo-professionale con la frutta. Io ad esempio mi occupavo e mi occupo del vino della Valpolicella e l'unico tornaconto professionale se così può essere chiamato è stato quello di capire il valore degli alberi da frutto nella coltivazione della vite. Ho capito dell'importanza che avrebbe piantare, ripiantare olivi e altri alberi da frutto come il pero e le ciliegie tra i vigneti o ai loro margini, la biodiversità ne guadagnerebbe sicuramente, perché devi sapere che adesso la Valpolicella ha grossi problemi ad esempio riguardo l'attacco di certi insetti che minacciano ogni anno la raccolta dell'uva. Quindi l'unico vantaggio lavorativo che posso avere avuto è stato questo insegnamento importante.

La signora Bampa ci tiene a sottolineare il carattere volontario della sua attività, il tornaconto maggiore per lei è stato culturale, lavorando nel mondo del vino ha capito, ad esempio, che ruolo potrebbero avere gli alberi da frutto in termini di biodiversità. Perché

“in generale la vitalità di un ambiente è tanto maggiore quanto più questo è diversificato e strutturato, Mentre gli ambienti semplificati sono più vulnerabili e rischiano il collasso in situazioni di cambiamento repentino degli input esterni.” (Guigoni 2009: 151)

Dunque, le monoculture, quella del vigneto nel veronese ne è un nuovo esempio, sono potenzialmente dannose per l'integrità dell'ecosistema e quindi della biodiversità che, come si spiegherà meglio nella risposta successiva, può essere preservata con la policoltura.

D: Il signor Marchesini ha lanciato una provocazione, ha detto che in Valpolicella il “giocattolo” del vino nel giro tra qualche decennio potrebbe essere a rischio di rompersi con conseguenze disastrose. Ha poi aggiunto che non sarebbe una brutta cosa se parte dei grandi fatturati delle cantine vinicole andassero nella preservazione del territorio. Piantare dei Peri Missi, fare adottare alle Cantine dei progetti sulla frutta potrebbe forse aiutare la Valpolicella sul lungo periodo?

R: La lungimiranza del Signor Marchesini non ti deve sorprendere, è una persona molto sensibile su queste tematiche rispetto a molti altri che fanno il suo stesso lavoro. È vero lui aveva lanciato all'inizio del Progetto del Presidio l'idea di fare adottare dei peri dai viticoltori, abbiamo insistito tanto su questo ma con molte difficoltà, adesso però ad esempio abbiamo trovato dei ragazzi che producono vino, è infatti nella testa dei ragazzi che forse si sta aprendo un varco, parliamo della nuova generazione di viticoltori che fanno parte della “Federazione dei Vignaioli Indipendenti della Valpolicella”, tutta gente che sta convertendo al biologico e che

dunque un'idea di attenzione alla biodiversità ce l'ha, e questi ragazzi hanno detto parliamone. Perciò i prossimi incontri che faremo con le persone del Pero Misso avranno come tema quello di vedere se è possibile fare adottare ai vignaioli nei filari o tra i filari il Pero, bisognerà anche capire bene dove perché ci vorrà anche l'aiuto di un agronomo perché magari un albero in mezzo alle vigne crea disagi ma garantirebbe allo stesso tempo un innalzamento di biodiversità molto interessante anche per gli stessi produttori di vino. Dunque sì, il signor Marchesini ha una visione ampia ed attenta, mi augurò però che alle vigne non succeda niente perché l'economia della Valpolicella è basata essenzialmente sul vino, certo chi produce grandi quantitativi di vino deve aprirsi un po' di più e capire che tirare via i ciliegi perché l'albero in mezzo alle vigne disturba oppure perché le ciliegie non fruttano economicamente quanto il vino è un piccolo suicidio. Bisognerà che in futuro mettiamo anche le ciliegie sotto la nostra osservazione e di conseguenza tutta la frutta, perché altrimenti l'estirpazione degli alberi da frutto per piantare nuove vigne penso continuerà inesorabilmente.

Il signor Marchesini teme che intenda che se veramente un problema sanitario per la vigna potesse verificarsi mai in Valpolicella il contagio sarà assicurato perché non c'è autodifesa tra le piante perché oramai la zona è talmente selezionata sulla viticoltura che se parte una malattia mette a repentaglio l'intero sistema del vino. Perché nel caso succedesse non è che il produttore di vino oggi se non ha più uva però ha le fragole, le ciliegie o altra frutta o magari ha animali da cortile o allevamenti che possono sopperire all'economia dell'azienda. Vivere solo ed esclusivamente di vino vuol dire in un certo senso esserne dipendenti, nel caso si verificasse in futuro qualche problema di questo tipo sarebbe veramente un problema per un intero territorio. Però dai come ti ho detto qualcuno dei giovani del mondo del vino sta prendendo sul serio questi discorsi.

Da questa risposta risulta ancor più chiara la volontà del Presidio del *Pero Misso* di contribuire alla salute di un territorio, il progetto è un *work in progress*, ogni anno sembrano esserci iniziative nuove, questa della sensibilizzazione dei vignaioli più giovani sembra essere una delle priorità del

Presidio per il prossimo periodo, anche perché potrebbe essere un modello di azione efficace per Slow Food su altri contesti, dove le pratiche della monocoltura portano alla minaccia dei prodotti della monocoltura stessa. Il Presidio non tutela quindi un albero da frutto per partito preso, cioè in contrasto con un territorio, quello della Valpolicella, gestito dalla potenza economica delle grandi famiglie del vino, anzi, mira a costruire una visione di futuro sostenibile con il coinvolgimento delle nuove generazioni di queste famiglie. È interessante come l'approccio politico che sta alle spalle del Presidio, sia sempre volutamente costruttivo.

D: A livello politico locale qualcuno ha appoggiato il progetto?

R: Sono venuti qualche volta a sentire le riunioni, però devi sapere che i politici locali hanno a cuore le iniziative di Slow Food solo quando in previsione loro possono avere dei ritorni elettorali, voti.. questo è triste ma non ci stupisce più, andiamo avanti lo stesso.

In questo caso purtroppo ogni commento rischia di apparire superfluo o, peggio ancora, “grillino”(sic!).

D: La biodiversità coltivata ha ragione di esistere solo se viene mangiata, è d'accordo?

R: È vero e in questo Slow Food aiuta perché permette l'intreccio di una rete di contatti di tutto rispetto, singole persone oppure gruppi di acquisto solidale contattano Slow Food per raggiungere i piccoli produttori. Oppure ci sono ristoratori delle “Osterie di Slow Food” che sentono parlare dei prodotti in riunioni o su riviste che poi tendono a procurarseli ad esempio al “Salone del Gusto” a Torino, o in qualche fiera locale dove il prodotto, nel caso del Pero Misso molto spesso sotto

forma di trasformati, come marmellate e composte, viene esposto e scatena la curiosità. È un processo che segue di solito momenti di pubblica visibilità e degustazione del prodotto. È una rete che si sviluppa attraverso i canali di Slow Food ma che non ha assolutamente un limite anzi. L'unico limite può essere quello che il prodotto che arriva come presidio di Slow Food, nel caso del Pero Misso un frutto che non è coltivato attraverso un'agricoltura forzata c'è per un periodo dell'anno poi non c'è più, quindi ci sono i "fuochi" della gente che ti chiede il pero magari fuori stagione ma se non lo trova subito a disposizione ad esempio ad aprile, non aspetta l'Autunno e non si fa più sentire. Su questo tasto probabilmente bisognerebbe insistere, perché tranne qualche formaggio che può essere sottoposto a stagionatura, molti prodotti dei Presidi sono reperibili in determinati limiti di tempo, sono legati alle stagioni e quindi fanno fatica ad esserci tutti gli anni, figuriamoci tutto l'anno! Questo è molto difficile da far comprendere oggi, spesso chi ti chiede il prodotto e non lo trova subito non aspetta. Poi in particolare il Pero Misso ha il problema che quando è raccolto e quindi è fresco è duro come una pietra e quando diventa buono mangiare e anche utile per la salute sembra da buttare via.

Sono stati portati dei campioni di pero all'Università di Verona per essere analizzati nel primissimo periodo e Marchesini mi dava qualche frutto da portare a casa, e a casa mia i miei figli che hanno ventotto e trent'anni mi chiedevano di buttarli via perché secondo loro erano roba marcia, l'unico che li capiva era mio papà che aveva ottantotto anni e li conosceva già. C'è quindi da far passare questa difficoltà del pero che nel momento in cui arriva buono da mangiare è brutto, sembra quasi da buttare nel secchio e invece è quello il momento in cui è più buono.

La responsabile Slow Food lamenta delle difficoltà legate all'estetica del *Pero Misso*, come già aveva fatto nell'intervista precedente il signor Marchesini. Inoltre, la difficoltà è anche quella legata alla disponibilità stagionale del prodotto, che in questo momento storico per il consumatore contemporaneo è quasi impensabile. Il lavoro del Presidio su questo è sicuramente in salita, la comodità venduta dalla grande distribuzione, trovo tutto quello che cerco

quando lo cerco, sembra inattaccabile senza un lungo lavoro che abbia come risultato un cambiamento culturale importante sulle pratiche dei consumi.

D: Trovo interessante che questo presidio non possa essere letto solamente in chiave nostalgica, molti altri sì ma quello del pero misso forse no, è d'accordo?

R: Hai ragione ormai infatti la catena dei ricordi su questa varietà di frutta si è spezzata molto tempo fa, le generazioni più giovani non ne hanno mai sentito parlare, le generazioni precedenti solo in alcune zone hanno forse solo un vago ricordo.. quando ancora ce l'hanno..

D: Un frutto antico allora potrebbe essere proposto come qualcosa di nuovo, questa può essere una difficoltà oppure uno stimolo in più?

R: Ad esempio come un frutto sano! perché quando la facoltà di medicina dell'Università di Verona aveva fatto la ricerca sulla sua composizione al momento in cui il pero sembrava da buttare, la consistenza era molliccia, il colore marrone, cose che ti danno per altra frutta il senso del marcio. Hanno capito che il suo valore sta proprio in quelle caratteristiche che ha quando viene colto maturo e duro, ha una scorza che non si spacca facilmente e permette il processo di ammezzimento quindi, la fermentazione all'interno. L'Università ci proponeva che invece di addentarlo come se fosse un frutto fresco sarebbe meglio tagliarlo a metà e mangiarlo con il cucchiaino perché in quel modo tu prendi la polpa fermentata che è ricca di quei probiotici che paghiamo a peso d'oro ad esempio nello yogurt che compriamo al supermercato.

“Il frutto del Pero Misso per la sua modalità di consumo (frutto sovramaturo e parzialmente fermentato) ... può presentare anche delle interessanti proprietà nutraceutiche” (Iseppi 2010: 40), perché contiene delle sostanze che

forniscono un beneficio medico sulla salute, come, ad esempio, i probiotici che favoriscono lo sviluppo di una corretta flora microbica nell'intestino.

La strategia di presentare una vecchia varietà di frutta, brutta e poco invitante come un alimento sano potrebbe essere una buona soluzione per superare gli ostacoli posti dalla supremazia della pubblicità e dei supermercati che vuole prodotti belli, prima che sani e buoni.

Curioso è anche il modo in cui il Presidio invita a consumare il frutto, mangiare una pera con il cucchiaino, come si approfondisce nella risposta all'ultima domanda.

D: Ma si mangiava così una volta?

R: Sì, si mangiava così, perché il valore del Pero Misso era quello di rappresentare l'ultimo frutto buono commestibile e utile alla salute quando non c'erano più altri tipi di frutta fresca nel periodo novembre-dicembre. Andava bene per i bambini piccoli e per i vecchi, perché adesso andiamo tutti dal dentista che ci assicura un apparato dentale adeguato a masticare bene, allora invece masticare per chi perdeva dei denti poteva essere un grosso problema. Pensa che per queste caratteristiche venivano a prendere le pere fin dal mercato di Bologna ed erano molto famose in Emilia Romagna proprio perché era l'ultimo frutto che era possibile avere e in più aveva queste virtù...che loro conoscevano per tradizione perché non avevano i dati scientifici dell'Università. Quindi se vogliamo considerarlo un frutto sano e insistere su questo bisognerebbe andare di più nelle scuole che qualche volta ci hanno chiamato, è vero però che non sempre siamo nella stagione dove abbiamo il pero da fargli vedere, dovremmo forse più dotarci di qualche strumento visivo che gli possa far vedere la scala della maturazione del pero. Poi bisogna dire che è buono, di solito le marmellate piacciono molto e il signor Marchesini lo sta proponendo disidratato, in qualche scuola della Valpolicella a qualche merenda lo mangiano in questo modo. Fa delle fettine disidratate intinte nella cioccolata, Marchesini si ricorda che da bambino lo mangiava così. Poi in questo modo il pero diventa attuale, trasformato alla maniera del giorno d'oggi, assomiglia a una merendina da supermercato che

invece contiene le qualità del Pero e la speranza è che inizi presto a conquistare il palato dei bambini della zona.

5.3.6

DOCUMENTAZIONE FOTOGRAFICA

Le fotografie raccolte nelle pagine che seguono sono state gentilmente concesse in uso dal fotografo professionista Franco Cogoli.



Figura 1.

L'intervistato, il Signor Roberto Marchesini, referente dei produttori del Presidio.



Figura 2.

Il Signor Marchesini alle prese con la difficile raccolta dei frutti da un 'albero bicentenario di Pero Misso.



Figura 3.

Il Signor Roberto Marchesini orgoglioso del lavoro svolto.



Figura 4.

Un frutto di Pero Misso tagliato in due appena dopo la raccolta, si presenta duro e immangiabile.

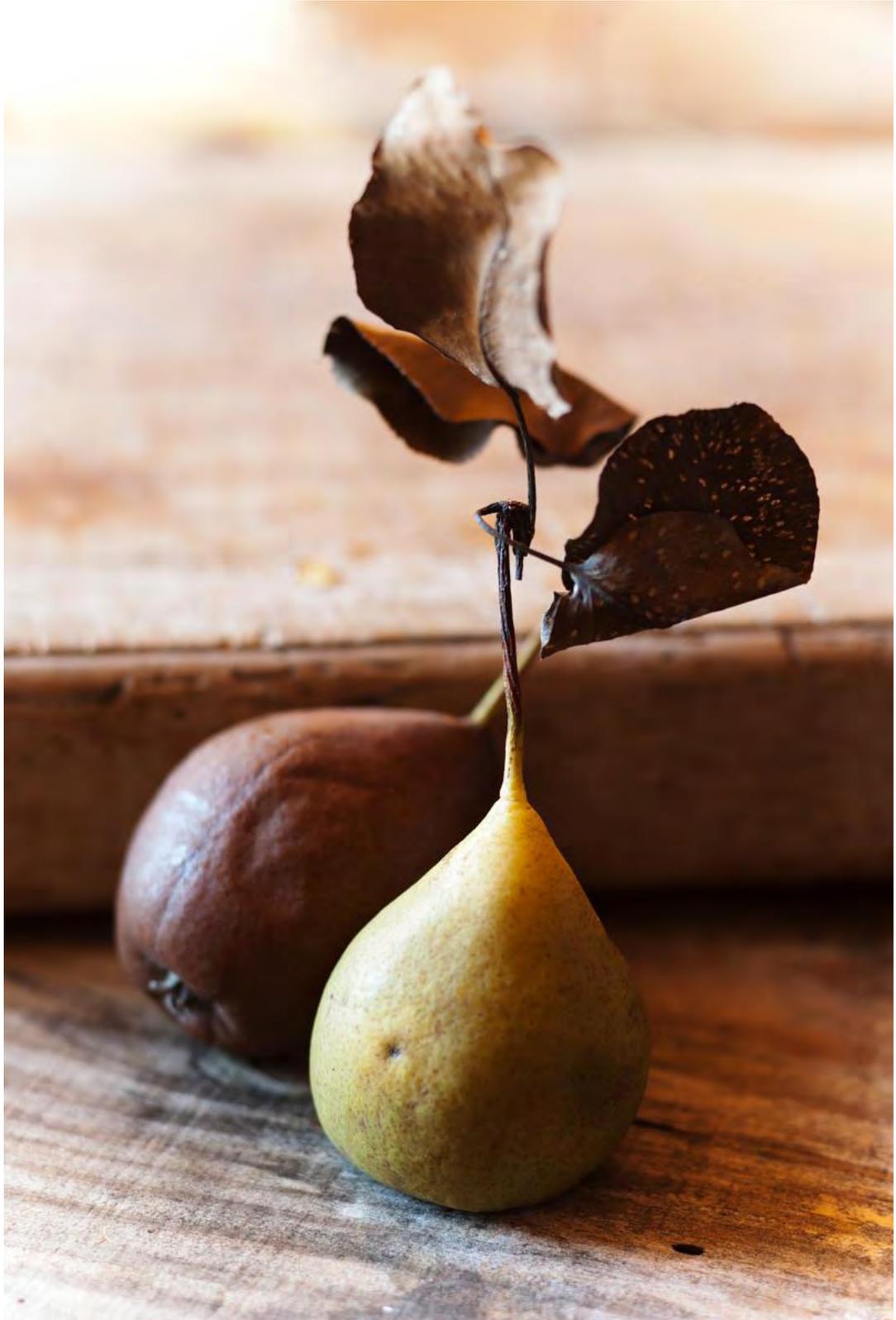


Figura 5.

Due fasi della sovraturazione, meglio nota come processo di ammezzimento.



Figura 6.

La colorazione marroncina dei frutti nella cesta di vimini testimonia l'ammezzimento subito.



Figura 7.
Frutti di Pero Misso, ora commestibili.



Figura 8.
Primo piano.



Figura 9.
Esempio di trasformato, la confettura di Pero Misso.



Figura 10.
Pero Misso, polenta e formaggio.

5.4

PRESIDIO: VALUTAZIONI IMPOSSIBILI, CONSEGUENZE POSSIBILI

Non è facile misurare con parametri classici il successo del progetto di un Presidio come quello del *Pero Misso*, è possibile ad esempio rilevare l'aumento delle quantità prodotte, il numero dei produttori e del prezzo di vendita, ma nei soli termini quantitativi è impossibile prendere le misure dell'accresciuto orgoglio e della nuova autostima di un produttore, molla decisiva per continuare l'attività e, magari un giorno, tramandarla ai figli o a chi sarà disposto ad imparare.

Come si fa, ad esempio, a calcolare l'incremento delle relazioni sociali che porta con sé un Presidio come questo?

L'isolamento è sempre stato la condanna dei piccoli produttori, dato per svariati motivi dall'incapacità di coordinarsi con altri produttori, e spesso dal disinteresse di questi ad avere rapporti diretti con le figure che si occupano della trasformazione del prodotto, ad esempio i cuochi.

Il Presidio è così uno strumento per uscire dalla solitudine della produzione, il suo scopo è quello di mettere in contatto consumo e produzione, cioè di tessere una rete tra figure sociali che prima non si consideravano direttamente legate tra loro.

Isolamento cui i responsabili del Presidio pensano in futuro di esorcizzare, anche da un punto di vista simbolico, attraverso l'apertura ufficiale di un sentiero naturalistico nel comprensorio del Comune di Marano di Valpolicella, affinché questo svolga la funzione di avvicinare fisicamente i veronesi alle splendide architetture arboree dei peri centenari disseminati sul quel territorio.

Il percorso di "*Misso-trekking*", dovrebbe iniziare e terminare a Malga Biancari, in località Giroto, sorta di campo base raggiungibile in automobile da Carazzole villaggio di poche decine di abitanti posto sul crinale che divide la valle del Rio Mondrago e del Rio Baighe. Malga che sorge a pochi metri dall'Azienda Agricola biologica di Roberto Marchesini, il contadino protagonista della prima intervista.

Anche questa iniziativa sarà un modo per riconoscere valore culturale al lavoro della terra. Il Presidio, in fin dei conti, nasce con l'auspicio di innescare una forte presa di coscienza in questo senso.

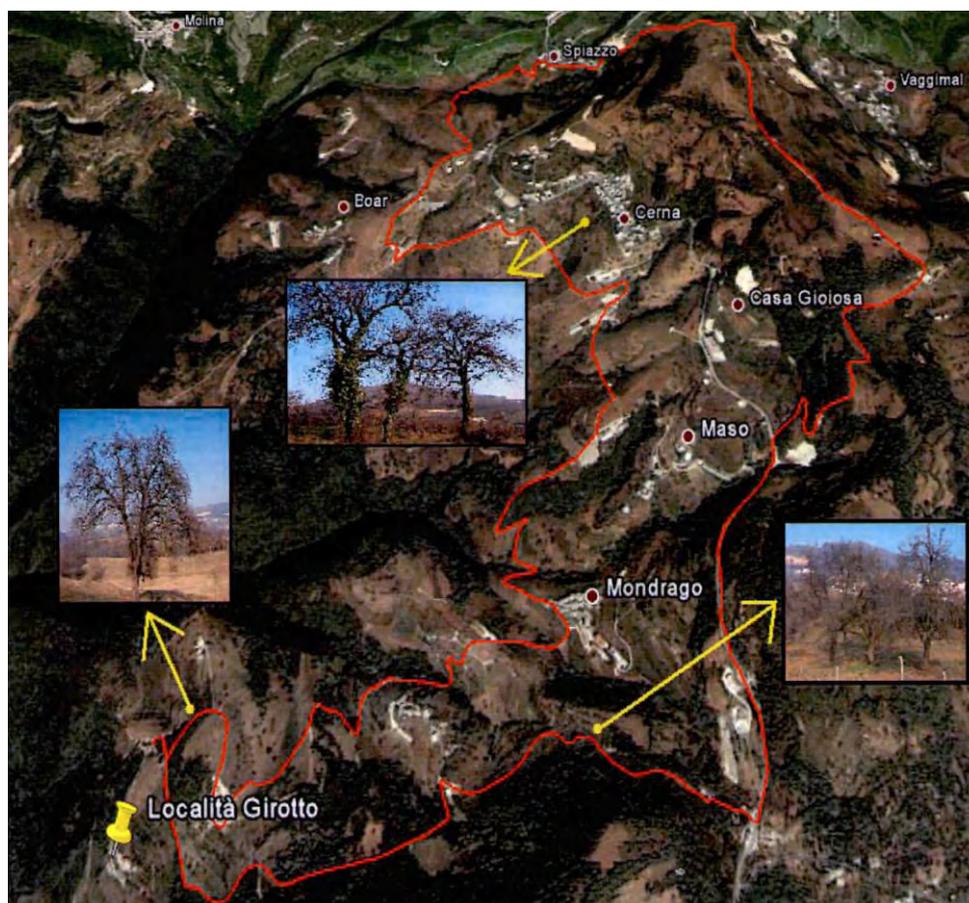


Figura 11.

Visione satellitare del sentiero del *Pero Misso* (Iseppi 2010)

Per correttezza, pare adeguato concludere il capitolo con delle considerazioni critiche che spesso vengono fatte riguardo le possibili derive che un progetto come quello di un generico Presidio può avere.

Quando, infatti, la tutela del prodotto cade nella troppa promozione, si rischia di avere degli effetti stravolgenti, come ad esempio: “suscitare una domanda sproporzionata all’offerta” e “contribuire a estendere e delocalizzare il mercato del prodotto” inducendo così “i grandi produttori a soddisfare il fabbisogno di domanda che i produttori locali non possono coprire, anche a costo di operazioni fraudolente”. Tutto ciò può causare l’incoraggiamento a una uniformità delle varietà e prodotti a scapito della variabilità locale, e soprattutto semplificare il passaggio del controllo del prodotto, dall’ambito comunitario dei produttori a quello individuale dei consulenti, dei mediatori e dei commercianti (Angelini 2013: 37), si veda a tal proposito il paragrafo “Il curioso caso di Eataly”, presente nel capitolo che segue. Queste possibili conseguenze sono connaturate a qualsiasi processo di patrimonializzazione del cibo, quando il cibo cioè non solo diventa “icona del territorio” (Badii 2012: 77) , ma peggio un gadget.

Per il momento, per fortuna, non sembra essere questo il destino del progetto costruito intorno ai vecchi peri dell’Alta Valpolicella, anzi, il pericolo della sovraesposizione mediatica si tiene, a ragione, ben lontano dai loro frutti, perciò esiste ancora un buon margine di movimento nei confronti di una sua “promozione” intelligente, in grado di trasformare il *Pero Misso* da prodotto di nicchia a vero e proprio cibo locale.

CAPITOLO VI

Il Presidio Slow Food è solo uno degli strumenti volti a costruire il modello alimentare del “mangiare geografico”, è un modo efficace per reinserire il consumo di particolari alimenti nei contesti locali attraverso politiche di soccorso ai produttori. Ci sono, infatti, anche altri strumenti interessanti che negli ultimi anni stanno prendendo sempre più piede soprattutto nelle città occidentali, testimoniando così la “crescente centralità delle pratiche alimentari come ambito di autocostruzione identitaria” (Oppo, Ferrari 2008: 45), queste, costituiscono contesti di scelta e producono rappresentazioni consapevoli al centro delle quali si trova sempre più spesso l'appartenenza locale, nello specifico ci si riferisce a quelle reti alimentari, alternative alla grande distribuzione dell'industria del cibo.

Utilizzare gli alimenti e la scelta degli alimenti come marcatori di identità territoriale sembra poter essere una risposta valida a quel senso di insicurezza diffusa causato, oggi, da un minaccioso, perché ingestibile, orizzonte globale.

Sempre più, l'ambito territoriale diventa un riferimento essenziale nelle scelte alimentari, il consumo di cibo locale assume significati del tutto assenti fino a quest'epoca storica, alimentazione e storia si intrecciano, il processo storico e i suoi paradossi emergono nel modo in cui le persone mangiano e scelgono cosa mangiare!

Il sistema culturale, di cui l'alimentazione costituisce un capitolo non secondario, fornisce perciò agli individui un espediente simbolico cui riferirsi per sostenere la propria identità individuale e di gruppo.

Ad esempio la ricerca di un rapporto diretto tra produttore e consumatore da parte dei “consumatori urbani” e il fenomeno del “neoruralismo”¹⁵, l'arrivo di nuovi residenti

¹⁵ Il “neoruralismo” è una delle tendenze socioculturali più interessanti della postmodernità. Parlare di ritorno alla campagna non è propriamente corretto, è piuttosto la voglia di provare ad abitare la campagna sperimentando una vita rurale, per ritirarsi al sicuro da una realtà urbana rivelatasi alienante.

nelle zone rurali, sono la testimonianza di incipienti modalità inedite di produrre e pensare il cibo e di conseguenza, perciò, di pensare sé stessi.

Nel corso di quest'ultimo capitolo si cercheranno di descrivere i processi e le pratiche oggi più interessanti riguardanti la produzione e l'approvvigionamento del cibo, riflettendo poi sul loro possibile inserimento nel discorso più ampio della cosiddetta "Teoria della Decrescita".

6.1

IL FENOMENO DELLA "RICONTADINIZZAZIONE"

È interessante notare come accanto ad un'industrializzazione agricola sempre più diffusa, negli ultimi decenni si stia affermando un'emergente fenomeno di "ricontadinizzazione" che sembra rispondere, a suo modo, ad un processo di globalizzazione che elimina ogni peculiarità territoriale e ogni diversità produttiva (Van Der Ploeg 2009). L'industrializzazione agricola, infatti, porta a una crescente pressione sui sistemi di produzione locale e ad una loro conseguente marginalizzazione.

Il processo di "ricontadinizzazione" può, allora, essere interpretato come una sorta di reazione che consente la riappropriazione della sovranità alimentare nei diversi territori?

Si tratta dell'azione di una nuova classe contadina che, spesso rinunciando ad aumentare i profitti, mira a difendere i propri mezzi di produzione e a produrre cibo scegliendo la strada alternativa dello sviluppo rurale e della multifunzionalità, tendendo così a staccarsi dalla dipendenza dall'andamento dei mercati.

Questa dinamica in atto è uno dei presupposti del "mangiare geografico", scegliere la variabilità produttiva in alternativa ad una specializzazione spinta della produzione,

logisticamente garantisce un tentativo efficace di costruzione della sovranità alimentare. La riconversione di molte aziende agricole al metodo dell'agricoltura biologica, ad esempio, si inserisce in questo contesto generale, i contadini sono più consapevoli oggi di essere diventati custodi del territorio, della sua storia, dell'ambiente e della biodiversità, facendo ricorso ad una nuova progettualità lavorativa che coglie il significato più concreto della multifunzionalità agricola.

Il processo di "ricontadinizzazione" libera l'agricoltura dalla classica funzione sociale che ha sempre avuto nelle società industrializzate, fornire cibo alle città, facendole assumere una importantissima funzione conservatrice del paesaggio. Il contadino si sente così rivalutato e si convince a riconquistare una certa autonomia.

C'è chi ipotizza nell'immediato futuro uno scontro aperto tra capitalisti agricoli e grandi imprese da una parte, e la nuova classe contadina dall'altra, e ottimisticamente sostiene che da questo urto potrebbe originarsi una maggior disattivazione dell'agricoltura industriale a tutto vantaggio di un maggior sviluppo rurale delle forme d'impresa legate alla "ricontadinizzazione" (Ibidem 2009), ciò però avverrà molto probabilmente solo se saranno coinvolte in carne ed ossa le nuove generazioni.

Un domani si prospetterà dunque, una dura competizione tra due sistemi agroalimentari tra loro agli antipodi, uno, definito *from farm to fork*, il modello delle piccole aziende agricole multifunzionali, l'altro *from lab/brand to fork*, espressione del sistema agroindustriale (Marino, Pallotta 2012: 90).

Il primo modello comprende tutta quella varietà di fenomeni che la letteratura sull'argomento convoglia sotto la sigla AFN, che sta per *Alternative Food Networks*, reti alimentari alternative che sembrano avere la capacità di riconfigurare il rapporto tra produttore e consumatore e quindi tra consumatore e cibo, ad esempio attraverso un ritorno al locale come presupposto quasi obbligato del ritorno alla qualità, rimarcando l'indispensabile importanza della comunicazione diretta tra produttore e consumatore. Slow Food, come si è visto nei capitoli precedenti, è solo una delle realtà che stanno contribuendo a dare vita a queste reti, uno degli obiettivi dell'associazione, infatti, è quello di costruire *networks* di relazioni a livello locale tra chi produce e chi mangia, cercando di responsabilizzare entrambe le figure.

La dinamica di mutamento del mondo contadino in atto, apre la strada a una profonda evoluzione della figura del lavoratore della terra, perché da mero esecutore di politiche economiche decise dal lontano mercato globale, diventa, tra le maglie delle reti alternative del cibo, un nuovo soggetto politico e culturale acquistando un ruolo sociale di primordine.

6.2

LE RETI ALIMENTARI ALTERNATIVE

Tutte le forme che costituiscono le *alternative agri-food networks* sono unite dal principio fondamentale della filiera corta, concepito come alternativo rispetto alle filiere “tradizionali” delle quali i mercanti grossisti sono gli attori fondamentali.

Ma che cosa si intende per filiera alimentare *tout court*?

La filiera alimentare è “basata sul monitoraggio dei flussi materiali dal campo alla tavola” (Petrini 2005:73), ma non solo, in quanto ruolo importante hanno anche i fattori ecologici, come ad esempio lo spazio nelle sue caratteristiche ambientali e territoriali, così come il tempo nelle sue relazioni con lo spazio, esemplare è il riferimento al ciclo delle stagioni e quindi delle fasi produttive, e, infine, coloro i quali abitano questo territorio fatto di tempo e di spazio, cioè le specie animali e vegetali della zona (Longo 2009:11). Includere nel concetto di filiera alimentare questi elementi significa rendere conto della complessità del processo che compie il cibo prima di giungere sulle nostre tavole, significa affermare che il prodotto nasce in un ambiente particolare dove l’intervento dell’uomo, nel migliore dei casi, si limita a capire e riconoscere a suo vantaggio le interazioni tra lo spazio, il tempo e le specie viventi che caratterizzano il luogo dove egli vive, lavora e consuma.

La filiera corta rifiuta in toto le principali caratteristiche delle filiere tradizionali sempre più contraddistinte dalle lunghe distanze, spesso comicamente paradossali, che separano la tavola dal territorio, in nome di una produttività spinta all'estremo, della standardizzazione e dell'organizzazione industriale, cui spesso anche le organizzazioni criminali classiche costringono il mondo del cibo.

Una criminalità organizzata che, direttamente o indirettamente, ha messo da tempo piede nei grandi mercati ortofrutticoli italiani, tanto che Mafia, Camorra e 'Ndrangheta sono arrivate al punto di stringere vicendevoli accordi per il controllo, ad esempio, dei trasporti di frutta e verdura su tutto il territorio nazionale al fine di fare lievitare i prezzi dei prodotti a causa del consumo di carburante, allungando così artificiosamente la filiera. Filiera lunga in questi casi non isolati significa pizzo, ricarichi dei prezzi e di conseguenza sfruttamento dei contadini; 12,5 miliardi di euro l'anno è stimato il giro d'affari delle mafie sull'agroalimentare in generale (Il Sole 24 Ore, 21 giugno 2011), è un problema di cui si parla pochissimo.

È molto difficile che concettualmente la filiera corta inviti, o asseconi, tali comportamenti criminali.

Filiera corta vuol dire, infatti, maggiore cura della qualità, attenzione alla provenienza e quindi alla "naturalità" delle produzioni agroalimentari (Goodmann 2003), grazie alla cancellazione della presenza di intermediari fra i produttori e i consumatori e al riferimento a una dimensione esclusivamente locale della produzione, della trasformazione e della commercializzazione.

L'ideologia della filiera corta propone, dunque, una prospettiva completamente diversa da cui guardare il cibo e i comportamenti alimentari, le sue parole d'ordine si basano su una metrica nuova che respinge quella produttivistica della produzione di massa, sostituendola appunto con il richiamo ad uno sviluppo sostenibile.

Le diverse reti che abbracciano l'idea della filiera corta consentono di interpretare queste nuove forme organizzative in termini di innovazione sociale, ad esempio, perché promuovono un concetto ampio di territorio, considerandolo non solo come uno spazio in cui un gruppo di persone vive, ma come un'entità che racchiude anche la storia, le tradizioni e la cultura della comunità locale e le relazioni economiche che la comunità stessa ha con il sistema locale di produzione e consumo.

Permettendo, attraverso l'avvicinamento della fase di produzione a quella di consumo, una sorta di ricostruzione di un tessuto sociale comunitario molto più interessato di prima all'agricoltura e di conseguenza all'ambiente. Parlare di filiera corta significa considerare gli aspetti economici e gli aspetti sociali come strettamente interconnessi per la costruzione delle realtà locali. Gli sbocchi commerciali locali creano mercato locale, riallacciando relazioni sociali intense su di un territorio geograficamente nuovamente connotato.

Infatti, se nei sistemi agroalimentari globali le figure del produttore e del consumatore sono distanti e anonime, al contrario, nei mercati locali si costruiscono relazioni immediate, personali e legate ad uno spazio condiviso (Cicatiello, Franco 2012: 124).

Inoltre, la nuova relazione che si instaura fra produttori agricoli e consumatori, sgretola efficacemente la storica opposizione tra campagna e città, perché favorendo la creazione di un sistema alimentare locale si è in grado di costruire un legame stretto fra i residenti delle città e i contadini, reso possibile dallo sviluppo di una rinnovata identità territoriale comune.

Il valore del cibo in questo modo si innalza a collante sociale, e permette di rivitalizzare le comunità rinforzando e ricostruendo appunto i legami tra i suoi membri (Feenstra 1997). In fin dei conti, il prodotto alimentare non è un bene relazionale primario!?

La vendita diretta e il senso di fiducia e di reciprocità che scatena, è considerata come il vero valore aggiunto della filiera corta rispetto alle altre forme di commercializzazione dei prodotti alimentari. In più, questa, può in alcuni casi avere un valore maggiormente democratico, perché permette anche alle famiglie a basso reddito di accedere a prodotti freschi e di elevata qualità ad un prezzo contenuto, infatti, il prodotto locale torna ad essere, attraverso questi meccanismi alternativi, prodotto per la gente del posto, non più per un mercato di nicchia. L'accorciamento della filiera contribuisce quindi molte volte a ridurre quella fastidiosa iniquità sociale alimentare derivante dal fatto che solo i ricchi possono permettersi prodotti di qualità. La vendita diretta ha tutte le carte in regola per candidarsi a diventare una specie di volano di trasformazione con positive ricadute sociali, rappresenta una

svolta qualitativa che attiva delle “relazioni socialmente dense”, che sostengono produzione e distribuzione di prodotti di qualità territorialmente definite (Cavazzani 2008: 116).

Sono tre le questioni centrali che riguardano i risvolti più propriamente economici innescati dalla filiera corta. La prima, si riafferma il ruolo economico del settore agricolo all'interno dell'economia locale, perché l'accorciamento della filiera agroalimentare avvicina i consumatori all'origine degli alimenti, permettendo loro così di rivalutare l'importanza della figura sociale del contadino nell'economia locale. La seconda questione, riguarda il fatto che lo sviluppo di un mercato locale del cibo potrebbe molto probabilmente essere in grado di ridurre l'uscita di denaro dal sistema locale, operazione che avviene quando l'approvvigionamento alimentare dipende da realtà lontane. L'ultima questione invita a un livello di lettura “meta-economico” in quanto sembra riconoscere un significativo aumento di valore nel cibo prodotto localmente, questo, infatti, non si riduce alla sola funzione di nutrimento, ma incorpora in vario modo il soddisfacimento di altre esigenze, come la necessità di relazioni personali e le problematiche legate alla questione ambientale, per fare solamente due esempi. Grazie a questi richiami intrinseci contenuti nel cibo prodotto localmente, i consumatori riconoscono che l'integrazione di questo “con il tessuto sociale del territorio”, consente loro di spendere più volentieri i propri soldi essendo così disposti a pagare di più i prodotti locali (Cicatiello, Franco 2012: 127). Ciò è consentito dal fatto che il consumatore alimentare attraverso la filiera corta ha libero accesso a informazioni complete sul prodotto, inoltre è sicuro della sua freschezza.

Tutti questi aspetti economici (e non) della filiera corta si condensano nel fatto che in un territorio dove il cibo viene commercializzato localmente, si verifica un aumento del valore simbolico dei singoli alimenti, riconosciuto e accettato dai consumatori che in questo modo ritrovano nel cibo locale una identità e quindi un significato sociale difficilmente riscontrabile nei prodotti venduti attraverso i classici canali del libero mercato mondiale. È dato per inteso che tutto questo discorso sulla filiera corta per funzionare deve avere carattere quotidiano, le interazioni tra produzione e consumo devono avere continuità nel tempo e, perché no, anche nello spazio (ad esempio la piazza, il mercato comunale coperto), solo così questa nuova tendenza di

approvvigionamento alimentare potrà scardinare il modello dominante che prende forma nell'anonimato della grande distribuzione.

6.2.1

IL CASO DEI *FARMERS' MARKET*

L'espressione più innovativa di filiera corta oggi conosciuta è quella dei *farmer's market*, in italiano "mercati dei contadini" o "mercati contadini". Si tratta di mercati che generalmente si svolgono a cadenza settimanale nelle piazze delle città occidentali, dove i piccoli agricoltori della zona interessata effettuano la vendita diretta delle proprie produzioni. Essi si inseriscono in quel quadro di iniziative che formano i *short food circuits* (i circuiti brevi del cibo), all'interno delle reti alimentari alternative.

Le origini dei mercati contadini vanno ricercate agli inizi degli anni Settanta, quando, dagli Stati Uniti all'Europa, nell'orizzonte del movimento di ritorno alla terra, si rivendicava la ricerca di vie alternative allo sviluppo dominante il sistema agroalimentare, all'epoca già orientato verso una standardizzazione e una de-territorializzazione dei processi produttivi che, di lì a poco, avrebbe separato definitivamente sistemi di produzione e sistemi di consumo. È in quel contesto, caratterizzato da un interessante mix tra cultura contadina e cultura urbana, che sono nate le primissime esperienze critiche di vendita diretta, aperte a tutta la collettività, promosse dai produttori stessi.

È necessario, però, fare attenzione a non considerare i *farmers' market* come una novità assoluta anche per quel periodo di contestazione, perché, in fin dei conti, si trattava semplicemente di rivitalizzare modalità tradizionali di vendita fortemente marginalizzate, ma non eliminate del tutto, a causa della Rivoluzione Industriale e del processo di modernizzazione (Rossi, Brunori 2008). Un tempo, infatti, la regola era l'incontro faccia a faccia tra produttore e consumatore in quanto non esistevano

negozi e supermercati con beni e prodotti confezionati su scala industriale, aventi magari alle spalle qualche migliaio di chilometri. Nonostante ciò, non è il caso di confondere i nuovi mercati dei contadini con qualsivoglia operazione nostalgica!

Diventati popolari negli Stati Uniti, in particolar modo in California durante gli anni Novanta, rappresentano, oggi, un modello di ribellione intelligente nei confronti dell'industria alimentare anche nella vecchia Europa, dove crescono come funghi e abbattano barriere e pregiudizi. Ci sono i primi casi in cui la vendita diretta dei contadini diventa *on-line* (paragrafo seguente), la spesa è virtuale ed è spesso distribuita, con limiti geografici ben precisi, da volontari appartenenti a "Gruppi di Acquisto solidali", in questo modo il web diventa uno strumento interessante nelle mani dei più deboli, i piccoli produttori, i quali non tutte le settimane riescono a rubare del tempo al lavoro della terra per partecipare ai mercati o a pagare una persona che lo faccia al posto loro.

6.2.2

IL CONSUMO ALIMENTARE CRITICO

Se da una parte è doveroso evitare la fascinazione localistica di autarchie impossibili, dall'altra è possibile comunque capire comportamenti alimentari nuovi che tendono nella direzione dell'autonomia delle realtà locali, infatti

“Autonomia non è autarchia. L'autarchia porta all'isolamento, quindi alla scomparsa dei contadini. Al contrario l'autonomia poggia sulla collaborazione e sulla complementarietà tra produttori, contadini, regioni agricole, figure sociali locali.” (Bovè, Dufour 2000: 81)

Il consumo alimentare è etico perché si costruisce nelle pratiche della quotidianità e porta con sé un impatto sociale collettivo (Grasseni 2009: 7), è importante, perciò, comprendere che la difesa e la promozione delle produzioni locali fa parte, nel pensiero e nella pratica, di un consumo critico che dietro il “mantra” della sostenibilità, probabilmente cela la convinzione che:

“Per la nostra autonomia e per quella delle nostre comunità, per avere più consapevolezza di ciò che mangiamo, e quindi di una parte importante della nostra vita, per rispetto di noi stessi e dell’ambiente che ci circonda, per costruire una buona armonia tra l’ambiente che ci circonda e le nostre necessità di nutrirci e mantenerci in buona salute, è bene che il nostro cibo e le nostre bevande siano prevalentemente basate su prodotti, conoscenze e - per quanto sia ragionevolmente possibile - su risorse (acqua e fonti di calore) e utensili del luogo dove viviamo e dei suoi immediati dintorni.”

(Angelini 2013: 72)

Se il processo della filiera corta riguarda per lo più l’ambito della produzione, la costituzione di “Gruppi di Acquisto Solidali”, detti GAS, ricopre invece l’ambito del consumo, è, infatti, una delle possibili modalità di acquisto diretto.

Filiera corta e GAS si incontrano e si intrecciano in obiettivi condivisi per “proporre di socializzare l’economia, di sostenere l’economia locale, di legittimare l’economia non mercantile, di valorizzare gli scambi non monetari ed informali” (Biolghini 2007: 45), creando, così, delle vere e proprie reti di resistenza che mirano alla possibilità di affrancamento dalle grandi multinazionali dell’*agrifood*, le quali pongono la produzione, la distribuzione e la vendita dei prodotti agricoli sotto l’esclusivo controllo dell’industria. Questi grandi agglomerati, incoraggiano un modello di consumo alimentare, costruito attraverso la potente macchina pubblicitaria, che sempre di più presenta la qualità come legata alla sicurezza del

prodotto e ai suoi presunti effetti benefici sulla salute del consumatore, piuttosto che a valori come il sapore oppure il rispetto per l'ambiente e la solidarietà sociale.

In questo schema l'incontro tra consumatore e merce si realizza, infatti, in spazi costruiti appositamente per impedire di dare visibilità a come la merce è stata prodotta, in quali rapporti politici, economici e sociali, tanto da trasformare l'atto dell'acquisto come qualcosa di assolutamente individuale e completamente spoliticizzato. Le pratiche di consumo critico possono essere riferite al concetto di economia solidale, l'idea di fondo è che con la spesa che ognuno fa è possibile riprodurre o meno l'attuale modello di globalizzazione economica, così che "l'atto di acquisto diventa politico in quanto riconosce nella merce non un valore solo simbolico di ostentazione ma un portato sociale e di scelta di un "altro" modello di sviluppo" (Silvini 2008: 155-157). Coloro i quali vengono qui chiamati consumatori critici sono perciò spinti da motivazioni eticamente rilevanti perché attenti alla "qualità sociale" del prodotto.

A livello alimentare tra i teorici del consumo critico è necessario nuovamente citare Carlo Petrini, fondatore di Slow Food, che, come in parte già visto nei capitoli precedenti, propone di chiamare i consumatori critici coproduttori, in quanto, appunto, consumatori partecipi alle conoscenze e ai problemi dei produttori. Solo così le reti alimentari alternative possono concretamente diventare lo strumento dell'incontro tra le esigenze dei consumatori critici e quelle delle aziende agricole che sono alla ricerca di modalità alternative di produzione e distribuzione per sopravvivere alle spietate logiche del libero mercato.

I "Gruppi di Acquisto Solidale" sono oggi l'espressione più pragmatica del consumo critico inteso come co-produzione, questi sono formati da un insieme di persone che localmente decidono di incontrarsi per ripensare i propri consumi e spesso per acquistare con operazioni comuni prodotti alimentari. A guidare queste piccole avanguardie ci sono riferimenti ideali come ad esempio il richiamo ad una sana alimentazione unito alla volontà di sostenere i piccoli produttori, quasi a confermare una valenza "bio-politica" delle loro scelte (Ibidem 2008).

La possibilità di risparmio tramite l'acquisto collettivo non è quindi sicuramente l'unica motivazione che guida questo tipo di pratica.

L'obiettivo dei GAS, organizzazioni su base volontaria a volte molto diverse tra loro - il mondo dei GAS, infatti, può essere considerato una vera e propria galassia - è quello di creare una rete di conoscenze dirette con i produttori, selezionati attraverso giornate di visita nelle aziende agricole, "sul campo", dove periodicamente avvengono momenti di dibattito sulle problematiche del loro lavoro, sorta di "workshops agricoli", stabilendo con essi un rapporto che tenda a superare i meri contatti di mercato e costruisca una sorta di reciproco legame fiduciario. Per fare ciò in alcuni casi si appoggiano ai *database* di associazioni come Slow Food, "AltraAgricoltura"¹⁶ e la "Rete del Nuovo Municipio"¹⁷. In rari casi, inoltre, gli enti pubblici contribuiscono a sostenere i GAS con infrastrutture logistiche, come la concessione di una sede che funzioni da spazio per lo smistamento dei prodotti e per la realizzazione di iniziative e dibattiti.

Interessante, ad esempio, è approfondire l'esperimento posto in essere dal progetto "Bioloc" nella realtà veronese, si tratta della possibilità offerta dall'unione di piccole aziende agricole ("Cooperativa Cà Magre", "Corte all'Olmo", "Azienda Agricola Biologica Bonizzato", "Ceres Pane Bio"), gestita da intraprendenti giovani aderenti al circuito di Economia Solidale¹⁸, di fare la spesa *on-line* di prodotti biologici coltivati sul territorio della provincia. L'idea, il cui motto è "mangia non essere mangiato", nasce per trovare un modo semplice di gestire ed allargare i GAS che agiscono nella città di Verona, cercando così di collegare città e campagna in un nuovo legame di complementarità.

Il procedimento è piuttosto semplice, si tratta di ordinare via web, previa iscrizione al sito, una cassetta mista standard di prodotti agricoli, scardinando così la logica dell'apparente "libera scelta" imperante nella grande distribuzione, tanto da consentire di ricevere prodotti locali freschi e di stagione evitando di creare scarti agricoli ai produttori. L'obiettivo di "Bioloc" è quello di promuovere gruppi di

¹⁶ "Altraagricoltura" è il nome del movimento degli agricoltori e cittadini organizzati italiani che si battono per la sovranità alimentare. La Confederazione Altraagricoltura ne è il sindacato di rappresentanza delle aziende agricole e dei loro alleati.

¹⁷ "La Rete del Nuovo Municipio" è un'organizzazione politica che riunisce Enti Locali, Associazioni e studiosi allo scopo di promuovere uno sviluppo locale auto sostenibile.

¹⁸ L'"Economia Solidale" propone un sistema di relazioni economiche e sociali che pongano l'uomo e l'ambiente al centro, un sistema nel quale la relazione conta più del profitto, dove l'individualismo si contrappone ad un approccio basato sulla gratuità e sulla condivisione.

acquisto, nei quartieri cittadini, appoggiandosi ai negozi di alimentari in loco che sono interessati a mettersi a disposizione come centro di smistamento delle cassette, con l'intento di creare una nuova socialità.

Per capire queste reti alternative di approvvigionamento, infatti, è necessario considerare il legame produzione-consumo come un insieme relazionale di pratiche che hanno lo scopo di superare la divisione concettuale tra il momento della produzione e il momento del consumo.

In conclusione, una consapevole Vandana Shiva afferma che:

“i processi e le istituzioni su larga scala sono controllati dal potere dominante. I piccoli successi sono invece alla portata di milioni di individui, che insieme possono dare vita a nuovi spazi di democrazia e di libertà. Su larga scala le alternative che ci vengono concesse sono ben poche. Per converso la realtà quotidiana ci offre mille occasioni per mettere a buon frutto le nostre energie.” (Shiva 2006: 202)

La proposta dei GAS lancia un'ipotesi di resistenza locale quotidiana che ha come suo risultato culturale, se non addirittura come presupposto naturale, l'assunzione del modello del “mangiare geografico”.

I Gruppi di Acquisto Solidali, vivono di prassi innovative che acquistano un particolare significato, perché interpretano il frutto del mondo rurale non come un “prodotto” dato, ma come un “processo” costruito, localmente radicato e di conseguenza socialmente controllato (Cavazzani 2008: 131). Il riferimento di questo tipo di reti di consumo alimentare critico, infatti, è la valorizzazione della società locale, intesa non come un'eredità intoccabile da conservare per forza, ma come risultato di un sistema sociale comunitario fondato su un intreccio di relazioni e di scambi, di cui il cibo sembrerebbe essere la *conditio sine qua non*.

6.2.3

IL CURIOSO CASO DI EATALY

In un certo qual modo lontano dalle pratiche trattate finora nel presente capitolo, si colloca il caso di EATALY, ciò nonostante sembra opportuno darne però conto per poter così disegnare un quadro più completo sulle nuove tendenze del consumo di cibo e della sua distribuzione in Italia.

Correva l'anno 2007 quando, a Torino, in una vecchia fabbrica della Carpano nei pressi del Lingotto, Oscar Farinetti, genio dell'imprenditoria e della comunicazione, aprì il suo primo supermercato per cibi italiani d'eccellenza. L'ex *patron* di UNIEURO, grande catena di distribuzione di articoli di elettronica, fondata dal padre nel 1967, decise nel 2004 di vendere tutto a un gruppo inglese e di reinvestire il ricavato in una nuova scommessa, oggi, senza ombra di dubbio, vinta.

L'obiettivo di Farinetti, infatti, era quello di aprire un nuovo sentiero nel sistema della distribuzione alimentare e della commercializzazione dei prodotti artigianali italiani, creando una sorta di grande distribuzione alternativa e di qualità. Stando ai numeri, si può certamente dire che ci sia riuscito, oggi i punti vendita Eataly in Italia sono nove, il supermercato di "alti cibi" è presente non solo a Torino e in Piemonte (Pinerolo, Asti, Monticello d'Alba), ma anche a Milano, Genova, Bologna, Roma e Bari, promettendo nuove aperture a Piacenza, Firenze e Verona, attraverso importanti opere di recupero e riqualificazione urbana proprie della filosofia del gruppo. All'estero, dopo il centro di New York, aprirà pure a Chicago, Boston, Los Angeles e Toronto per quanto riguarda il Nord America e a San Paolo, in Brasile, in vista delle prossime Olimpiadi. In Giappone poi, sono già presenti alcuni *corner* di distribuzione alimentari, undici in tutto, nove nella sola Tokyo. Farinetti ha inoltre in previsione aperture dal valore anche simbolico, nel cuore della Francia a Parigi, nella capitale finanziaria d'Europa, Londra e in riva al Bosforo, a Istanbul.

Prima di EATALY nessuna impresa commerciale era riuscita nell'intento di raggruppare le eccellenze gastronomiche italiane su un'unica piattaforma di vendita. La nuova catena di supermercati dell'artigianato culinario italiano, che si autodefinisce "il più grande centro enogastronomico del mondo" (www.eataly.it), si avvale della consulenza strategica di Slow Food per intrecciare i rapporti con i produttori, dando al movimento di Carlo Petrini anche il compito di controllare costantemente la qualità dei prodotti proposti sui suoi scaffali allo scopo di evitare che gli "artigiani del gusto" tradiscano la loro storia per soddisfare la domanda crescente dei loro prodotti, innescata proprio dalle molteplici aperture di EATALY. Forse è azzardato definire questa catena di supermercati alternativi come l'anima commerciale di Slow Food, certo è, però, che Farinetti fa riferimento costante all'ideologia dell'associazione di Bra, e Petrini stesso sembra aver benedetto la nuova avventura, non senza ricordare i rischi sottostanti all'incremento esponenziale dell'attività dei piccoli produttori, augurandosi che sia sempre la qualità nella produzione, nella distribuzione e nel consumo, non la crescita del fatturato, a illuminare l'innovativo percorso inaugurato da Oscar Farinetti.

Sostanzialmente EATALY "nasce con l'intento di smentire l'assunto secondo il quale i prodotti di qualità possono essere a disposizione solo di una ristretta cerchia di privilegiati, poiché spesso cari o difficilmente reperibili" (www.eataly.it), puntando, attraverso la promozione di una "democratizzazione della qualità alimentare", a incrementare la percentuale di coloro i quali consumano buon cibo con consapevolezza. Allo scopo, EATALY, ha impostato presso i suoi vari punti vendita, una sorta di sportello didattico che offre diverse attività e si rivolge a diverse fasce d'età: corsi di cucina, degustazioni delle materie prime, corsi sulla conservazione del cibo, iniziative educative rivolte ai bambini. Inoltre, tutti i supermercati di Farinetti propongono opportunità di ristorazione, divise in diverse aree tematiche, dalla carne al pesce, dalla pasta alla pasticceria. Entrare da EATALY, perciò, coinvolge a trecentosessanta gradi, è un'esperienza totale, e forse sta proprio qui il suo successo, documentato peraltro con cifre da capogiro: circa 25 mila ingressi al giorno e solo in un fine settimana medio: seicentomila euro di fatturato.

Fin qui tutto rose e fiori per la geniale idea avuta da Oscar Farinetti, esistono però delle contraddizioni che scaturiscono dal mondo di EATALY, è chiaro, infatti, che provare a coniugare dimensione locale della piccola impresa alimentare e vocazione globale al commercio sia un'operazione delicata. Il fatto, ad esempio, che EATALY in pochi anni sia diventato proprietario di parte dei *brands* che vende nei suoi supermercati fa riflettere. Per piccola impresa artigiana legata al cibo in Italia di solito si parla, infatti, di attività a carattere familiare o comunque fortemente territoriale: catapultare queste perle di “saper fare” nel mondo del mercato globale può avere le sue contraddizioni, come ad esempio la perdita di autonomia decisionale e la dipendenza dalla richiesta di prodotto da parte di EATALY, cancellando in questo modo il secolare rapporto con il territorio d'origine, i suoi problemi e le sue risorse, di cui probabilmente in futuro si avrà traccia solo sulle etichette che indicano la provenienza dei prodotti esposti in un mega centro commerciale di Pechino o al *gate* dell'aeroporto di Dubai.

Portando agli estremi il ragionamento, EATALY può forse essere paragonato a un impero coloniale che si è improvvisamente impossessato di tutto il meglio della gastronomia italiana, a questo punto così viene da chiedersi:

e se l'impero collassasse?!?

L'artigianalità alimentare italiana potrà tornare a essere quella di prima?

O peggio, se l'impero crescesse a dismisura, cosa peraltro non impensabile, gli artigiani del cibo italiani, figli degli insegnamenti di un mondo contadino che non c'è più e non tornerà, riusciranno a rimanere tali?

Da artigiani a manovali del *made in italy* il passo è pericolosamente breve.

Non si intende assolutamente in questa sede attaccare a testa bassa il gruppo guidato da Oscar Farinetti, si sono volute solamente aprire brevi riflessioni polemiche sulle dinamiche che conducono il locale nel globale e sui paradossi che questi processi possono generare.

Sarebbe poi interessante capire, perché EATALY abbia deciso di intraprendere una massiccia politica di aperture di supermercati anche in Italia. Mentre all'estero il ragionamento funziona, esportare gli “alti cibi” del bel Paese per farli conoscere ad

un pubblico spesso poco preparato, nelle città italiane il discorso è, invece, leggermente diverso.

Stupisce il fatto che EATALY, agendo con l'ausilio intellettuale di Slow Food, non abbia pensato agli effetti collaterali che si possono verificare, e in parte si sono verificati, in seguito alle aperture italiane. Ci si riferisce al fatto che essendo un modello alternativo di grande distribuzione organizzata, pensato come un centro commerciale, oltre ad accentuare le preferenze delle persone ad acquistare in queste realtà spesso isolate dai tessuti dei quartieri cittadini, grandi parcheggi e vicinanza ad altre zone commerciali fanno rima con comodità per l'uomo contemporaneo, il fatto che tratti cibo di qualità artigianale, non potrebbe, forse, nel medio periodo condannare a morte definitiva quelle piccolissime realtà cittadine come, ad esempio, le botteghe alimentari storiche a gestione familiare o le gastronomie di quartiere, già da tempo dichiarate in via d'estinzione, ben prima dell'arrivo di EATALY?

Creando dei cosiddetti *food desert* (Cummins, Macintyre 1999: 545), cioè zone nelle nostre città dove non si ha accesso al buon cibo a tutto vantaggio del “modello centro commerciale”, o nel caso di EATALY, del modello *food oasis*?

Sarebbe stata una buona soluzione a tali domande se EATALY, almeno in Italia, si fosse limitato a diventare una sorta di canale di rifornimento d'eccellenza, a carattere regionale, per esercizi commerciali cittadini già avviati, queste botteghe dei centri storici e dei quartieri avrebbero avuto EATALY come fornitore di cibi di qualità del territorio, difficilmente reperibili dalle singole famiglie di commercianti e probabilmente a prezzi più convenienti dato il potere d'acquisto e logistico del gruppo di Farinetti, nonché Slow Food come garante dell'intesa.

Allora sì che il “locale” sarebbe stato rispettato ma purtroppo il condizionale, come l'imperfetto, è il tempo verbale dei vinti.

CIBO LOCALE E “TEORIA DELLA DECRESCITA”

La provocazione di partenza di quest'ultimo paragrafo vuole considerare la rinascita dei sistemi alimentari locali e delle pratiche del “mangiare geografico” come il possibile versante gastronomico della “Teoria della Decrescita”.

Infatti, stando alle parole del suo maggior ideologo, Serge Latouche, la via della decrescita - termine per certi versi rivelatosi infelice in traduzione, lo stesso studioso, infatti, consiglia di usare questo termine in lingua originale, il francese (*décroissance*), oppure di sostituire a esso espressioni meno fraintendibili come, ad esempio, “doposviluppo” o “alternativa allo sviluppo” - è quella strada di resistenza concreta al rullo compressore dell'occidentalizzazione del mondo, la globalizzazione (Latouche 1992).

In altri termini “decrescita è uno slogan provocatorio che indica una necessità di rottura con la società della crescita, una società fagocitata da un'economia che ha come unico obiettivo la crescita per la crescita”, che conduce tra le altre cose anche alla distruzione della civiltà contadina e artigiana, “rompere con la società della crescita non vuol dire sostenere un'altra crescita e neppure un'altra economia, significa uscire dalla crescita e dallo sviluppo, e dunque dall'economia, cioè dall'imperialismo dell'economia” (Latouche 201: 45-46), è importante dunque innanzitutto considerare il termine decrescita non come un modello di sviluppo alternativo, ma come un concetto matrice di diverse alternative, infatti, nell'impianto ideologico di Latouche non si realizzerà allo stesso modo in Europa, nell'Africa Subsahariana o in America Latina, è una possibile via d'uscita che conduce le diverse società di fronte diverse scelte, non è la proposta di un unico modello planetario.

Per il filosofo francese è essenziale, ad esempio, che la produzione e il consumo di cibo siano reincastonati nel sociale, e questo sembra essere proprio lo scopo specifico di tutte le reti alimentari alternative viste finora: filiera corta, *farmers' market* e gruppi di consumo critico del cibo (Slow Food, GAS).

“Il progetto della decrescita è un’utopia nel senso positivo del termine, cioè una fonte di speranza e di sogno. “Senza l’ipotesi che un altro mondo è possibile non c’è politica, c’è soltanto la gestione amministrativa degli uomini e delle cose”. Si tratta di una proposta necessaria per riaprire lo spazio dell’inventiva e della creatività dell’immaginario, bloccato dal totalitarismo economicista, sviluppatista e progressista.” (Latouche 2011:104-105)

In tutto ciò il cibo può fare la sua parte, mangiare scandisce l’esistenza, cosa e come mangiamo la riempiamo di significati.

È dunque legittimo pensare le pratiche del “mangiare geografico”, come aderenti e complementari a questa impostazione politico-esistenziale di critica radicale al capitalismo, per il professore francese infatti:

“Una produzione locale (disponibile a meno di 100 km di distanza), stagionale, fresca, tradizionale, agro-ecologica, può perfettamente sostituire l’offerta commerciale della grande distribuzione, spesso poco scrupolosa nei confronti dei piccoli produttori”, perché, “le associazioni per il mantenimento dell’agricoltura contadina permettono il radicamento, di un’economia sociale e solidale, nonché l’insediamento di giovani agricoltori che rifuggono dalle tentazioni malsane dell’agroindustria, e dunque favoriscono il mantenimento, o la riconquista, dell’occupazione agricola.” (Latouche 2011: 59)

Nella sostanza, la cosiddetta “Teoria della Decrescita” critica aspramente il radicale sganciamento dell’uomo dal contesto in cui vive, che nella società attuale è sempre più considerato come un semplice sfondo, o supporto, delle sue attività economiche. Lo studioso Alberto Magnaghi, definisce la liberazione progressiva dai vincoli territoriali in atto nel mondo occidentale come “deterritorializzazione”, causa di una crescente rottura delle relazioni tra insediamento umano e ambiente, “relazioni che

hanno generato l'arte di edificare, la storia dei luoghi e la loro identità, unica, riconoscibile, irripetibile" (Magnaghi 2000: 30).

Questa distruzione di memoria che cancella le biografie dei territori interrompendo, così, ogni relazione con la storia del luogo, è definita a sua volta da Franco La Cecla come un processo di "lobotomizzazione della mente locale", che sancisce la perdita della sapienza ambientale, che nei millenni tutti i gruppi umani hanno sempre sviluppato nella costruzione dei territori, dotandoli di identità (La Cecla 1988). Scardinando quel rapporto durevole, sinergico tra la società locale e l'ambiente che essa abita: "che è insieme sottosuolo, suolo, vegetazione, acqua, clima, luce, colori, sapori che interagiscono con i materiali da costruzione, gli umori, gli stili di vita, le economie, le culture, non in modo deterministico, ma costante" (Magnaghi 2000: 31). Questi concetti che hanno accompagnato, più o meno intensamente, tutta la stesura di questa tesi, riemergono in queste ultime parole in modo molto efficace.

L'industrializzazione sfrenata ha portato alla riduzione della complessità del paesaggio agrario, delle varietà locali coltivate e delle razze animali allevate, introducendo così una perdita irreversibile di sapienza ambientale e, di conseguenza, una perdita di autonomia delle realtà locali.

Qualcuno sostiene che si è giunti ad punto dove, "è forse venuto il tempo in cui l'uomo, cessando sostanzialmente di abitare e di partecipare alla produzione con qualche aspetto della sua personalità, si libererà della geografia" (Ibidem 2000: 38).

Questa appare, però, come una visione troppo pessimistica, si è visto, infatti, che, almeno a livello alimentare, qualcosa si sta muovendo nella direzione di un processo di ritorno all'abitare di quei luoghi dell'Occidente che negli ultimi decenni hanno subito un duro processo di "decontestualizzazione", cioè di negazione dei loro caratteri peculiari, in funzione dell'ideologia della crescita economica, fucina di sradicamento, che nei suoi laboratori è arrivata ad ipotizzare persino l'ipotesi estrema di "liberare" la produzione agricola dalla terra (Ibidem 2000: 42-43).

Con lungimiranza i pensatori della decrescita ritengono invece che ci siano i presupposti per costruire società autonome costituite da una molteplicità di comunità geografiche auto-organizzate, rifacendosi in questo a un certo anarchismo, e che debba essere l'azione locale ad avviare questo processo di cambiamento, che

porterebbe a quella “riconquista della realtà e della terra” di cui parla Latouche, permettendo perciò di abitare un territorio inteso come un luogo di complicità e reciprocità.

Pretendere cibo dal territorio in cui si vive come fanno le nuove reti alimentari alternative nelle città occidentali, oggi, significa tentare di fondare nel concreto una società autonoma, non sottomessa alla dittatura dell’industria alimentare e della grande distribuzione. In questo progetto, infatti, l’agricoltura ha un ruolo centrale perché deve garantire il diritto dei popoli a nutrirsi da sé.

Ciò non significa tornare al passato, significa sostenere l’agricoltura contadina esistente, già impegnata, ad esempio, per mezzo di una agricoltura senza concimi chimici a ritrovare la biodiversità recuperando le produzioni locali e nutrendo, con queste, le popolazioni dei territori. Così il “territorio sepolto” riconquista in questo modo la superficie in prospettiva di uno sviluppo locale, che salvaguardi e valorizzi le “socio-diversità”, presupposto indispensabile alle biodiversità (Becattini 2009).

Infatti, la drastica riduzione delle *cultivar* del mondo è stata causata dall’omologazione delle culture produttive agricole dettate dalle imposizioni dell’industrializzazione e dalla conseguente standardizzazione dei consumi alimentari, solo, quindi, ricostruendo modalità produttive diversificate nelle pratiche e nelle politiche si possono riproporre le culture alimentari locali.

C’è dunque il bisogno urgente, di nuovi “atti territorializzanti” che ricostruiscano in forme inedite le relazioni con l’ambiente in cui i gruppi umani vivono, che insomma producano territorio, in quanto

“Un’alta qualità territoriale, infatti, è sempre stata prodotta attraverso la costruzione di relazioni virtuose fra una comunità insediata e il proprio ambiente; produrre nuovamente alta qualità territoriale è un percorso che richiede la valorizzazione di nuovi atti territorializzanti nei quali la società locale (ancorché multietnica, mobile, cangiante) riconosca il proprio territorio e lo valorizzi costruendo socialità.” (Magnaghi 2000: 77)

Sono senza dubbio operazioni non facili perché il mondo contemporaneo è caratterizzato da una mercificazione costante di tutti i bisogni riproduttivi, produzione di cibo compresa, che hanno trasformato gli “uomini-abitanti” in “uomini-consumatori”, i quali attraverso una continua delega al mondo dell’industria e della tecnologia, hanno perso la capacità di rendersi autonomi!

Sembra necessario prima di tutto dunque, promuovere le capacità di chi sul territorio è ancora in grado di produrre, come, ad esempio, le piccole aziende agricole, non per usare le pregiate risorse locali a fini commerciali esterni, condannandole alla competizione “glocale” nel mercato mondiale, ma per soddisfare i bisogni degli abitanti della comunità locale.

Rifiutando, quindi, di costruire l’alternativa alla globalizzazione tramite la visione di un locale che si colloca all’interno delle logiche globali dello sviluppo, che costringono tra di loro i diversi territori ad una assurda concorrenza spesso foriera di disgregazione sociale a livello regionale.

La rinascita del territorio predicato dalla “teoria della Decrescita”, “mette l’accento sul villaggio più che sul globale e si riappropria di abitudini, usanze, prodotti del locale e della sua cultura per aprire nuovi orizzonti progettuali” - pur sapendo che - “la restituzione al territorio della sua dimensione vivente è però un processo lungo e complesso” (Fiorani 2012: 190-191).

Processo che si attiva attraverso pratiche quotidiane progettuali locali, tali da creare concrete alternative di vita e di consumo che consentano alle comunità di auto-identificarsi nel territorio, di assumere una nuova “coscienza di luogo”: azioni sociali efficaci per mutare d’orizzonte sono sicuramente quelle costruite dalle *Alternative Food Networks*, che consentono un lento ma probabile riavvicinamento degli abitanti ad una riappropriazione sociale della capacità di autogoverno locale, inoltre con “la costruzione di mondi locali di vita, produzione e consumo” rendono possibile “tessere tra i luoghi del mondo reti di scambio solidali e non gerarchiche” (Magnaghi 2000: 128).

CONSIDERAZIONI FINALI

*Un'idea, un concetto, un'idea, finché resta un'idea è soltanto un'astrazione.
Se potessi mangiare un'idea, avrei fatto la mia rivoluzione.*

Giorgio Gaber

A conclusione del breve percorso inaugurato sul “mangiare geografico”, sembra opportuno racchiudere buona parte del ragionamento, articolato nei sei capitoli precedenti, in una riflessione semplice ma piuttosto efficace:

“L'alimentazione colloca l'uomo in uno spazio fisico.

Mangiare vuol dire incorporare un territorio”.

(Poulain 2008: 177)

Sì, perché il nostro cibo è costituito da prodotti vegetali e animali, derivati da esseri che occupano un posto specifico sulla superficie del globo terrestre. Gli animali di cui si nutrono gli uomini poi, ad esempio, si nutrono a loro volta di vegetali o di altri animali, che si nutrono anch'essi di vegetali. Perciò, in molti forse non ci hanno mai pensato, in quasi tutto il cibo mangiato dagli uomini, ritroviamo una particella del rivestimento vegetale della terra, ogni pasto corrisponde, in modo diretto o indiretto ad una sorta di “tosatura” del manto vegetale che ci circonda, sia esso spontaneo o coltivato (Brunhes 1942: 19). Il legame cibo-territorio osservato attraverso questa lente interpretativa, si conferma indissolubile.

Infatti, ciò che gli uomini amano mangiare e le tecniche che mettono in atto per procurarsi o produrre cibo, trasformano, o meglio plasmano, l'ambiente naturale di cui essi stessi fanno parte. In effetti, pensandoci bene, ogni volta che gli uomini si alimentano, approfittano delle superfici che modificano, perché, con la continua

ripetizione dei loro pasti, provocano inconsapevolmente continue modificazioni geografiche che, per logica, diventano poi anche culturali.

Abitare un territorio attraverso le pratiche alimentari proposte dal nuovo modello del “mangiare geografico”, significa cogliere questi rapporti di interdipendenza simbolica e non, tra l’uomo e il luogo in cui esso vive.

Soltanto appropriandosi di una tale consapevolezza, le ultime tendenze in termini di consumo alimentare, connotate sempre più dalla preferenza per il cibo locale, potranno lasciarsi alle spalle i sospetti di essere, in fin dei conti, solamente l’ultima moda alimentare del nuovo millennio, ricoprendo finalmente il cibo del sommo significato di “territorio commestibile”.

Il caso del Presidio Slow Food del *Pero Misso* è esempio calzante di questa necessità, tipicamente odierna, di applicare nuovi significati territoriali al cibo.

Un brutto pero, dimenticato dalla storia, oggettiva così in sé proiezioni di significato altissime. Da un’ipotetica spremitura di *Pero Misso* probabilmente, infatti, uscirebbe il succo dell’immagine di un territorio che vuole riscattarsi, di un’umanità che non l’ha ancora tradito, nonostante la possibilità concreta di fare delle scelte più redditizie, per una vita più comoda.

Una spremuta di geografia umana.

E questo è il compito del Presidio, inteso come efficace strumento di proposta del “mangiare geografico”, che considera queste caratteristiche extra-organolettiche come dei veri e propri principi nutritivi.

Lo spazio del commestibile si apre a nuovi scenari, al piacere fisico deve sommarsi un piacere culturale, la bontà deve perciò diventare una “bontà etica”, perché: “Mangiare con il massimo del piacere è forse l’esempio più profondo del nostro legame con il mondo, in questo piacere viviamo e celebriamo la nostra dipendenza e la nostra gratitudine” (Berry 2006: 133).

Questo misterioso rapporto, si svela al consumatore solo nelle pratiche di vita locale, perché richiede una comunione relativamente stabile e duratura tra le genti e i luoghi che vivono, pretende una visione comunitaria che permetta al territorio locale di

essere conosciuto, interpretato e agito dagli abitanti come produttore degli elementi di riproduzione della vita biologica, in modo che le attività culturali di una determinata cultura locale assicurino la sopravvivenza fisica degli stessi attori culturali.

Ciò, significa interrompere quel processo di delega in atto da decenni nel mondo “sviluppatto”, che coinvolge ormai ogni sfaccettatura della vita quotidiana dell’uomo occidentalizzato, consistente nell’affidamento alle grandi imprese di produrre e fornire tutto il cibo, l’acqua, l’abbigliamento e le architetture, oppure nel dare mandato ad organizzazioni private di assicurare l’intrattenimento, l’educazione, l’assistenza ai bambini, ai malati e ai vecchi.

Insomma, per arrivare a una qualche forma di sovranità alimentare e non, è necessario riattivare un dialogo con i luoghi in cui le comunità sono radicate, siano esse comunità alpine, costiere, urbane.

Questo perché sembra urgente impedire la dissoluzione dei luoghi (Magnaghi 2010: 298), evitare una loro polverizzazione, conseguenza naturale di questa travolgente dinamica di deterritorializzazione della vita, che condanna gli esseri umani ad una totale perdita di conoscenze e dunque di sovranità sulle forme materiali, sociali, culturali e simboliche della loro esistenza.

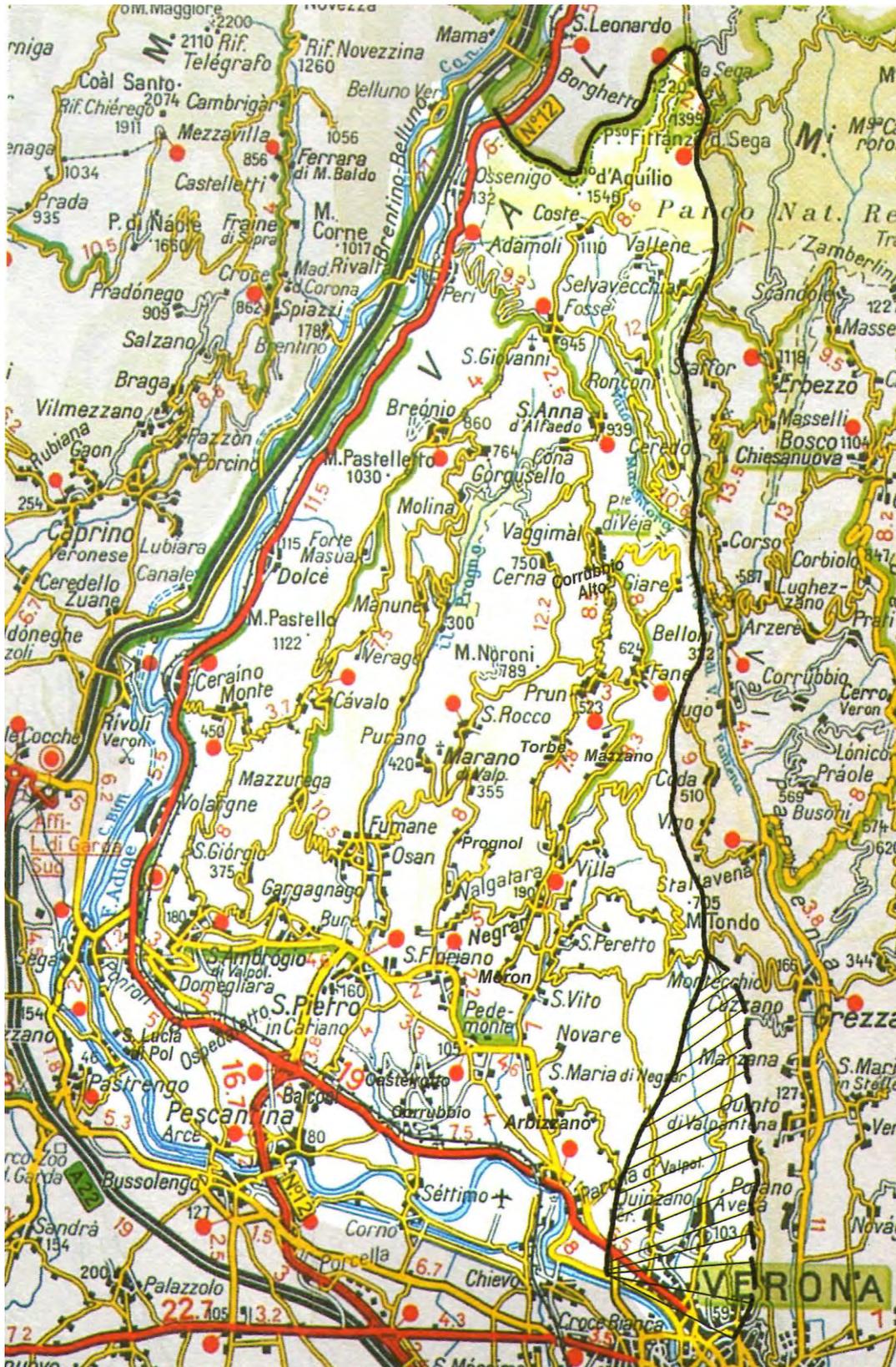
Il cibo ha tutte le carte in regola per candidarsi a strumento di liberazione (Petrini 2013), tanto da poter essere pensato come il migliore innesco per un percorso di ricostruzione dei luoghi.

Ripescare nella memoria il ricordo di un Pero, *misso* ma buono da pensare, non sarà forse la premessa alla rivoluzione del sistema sociale dominante, ma, riconoscendo un buon tasso di radicalità al ragionamento, è bello domandarsi se:

“Ogni società locale privilegiasse la produzione di beni e merci che solo in quel luogo, per il suo paesaggio, la sua cultura, le sue arti, la sua identità, si possono produrre, lo scambio fra i sistemi locali del mondo (regioni e microregioni) potrebbe più facilmente superare le forme di dominio, gerarchia e sfruttamento, trasformandole in competizione cooperativa e scambio solidale”?

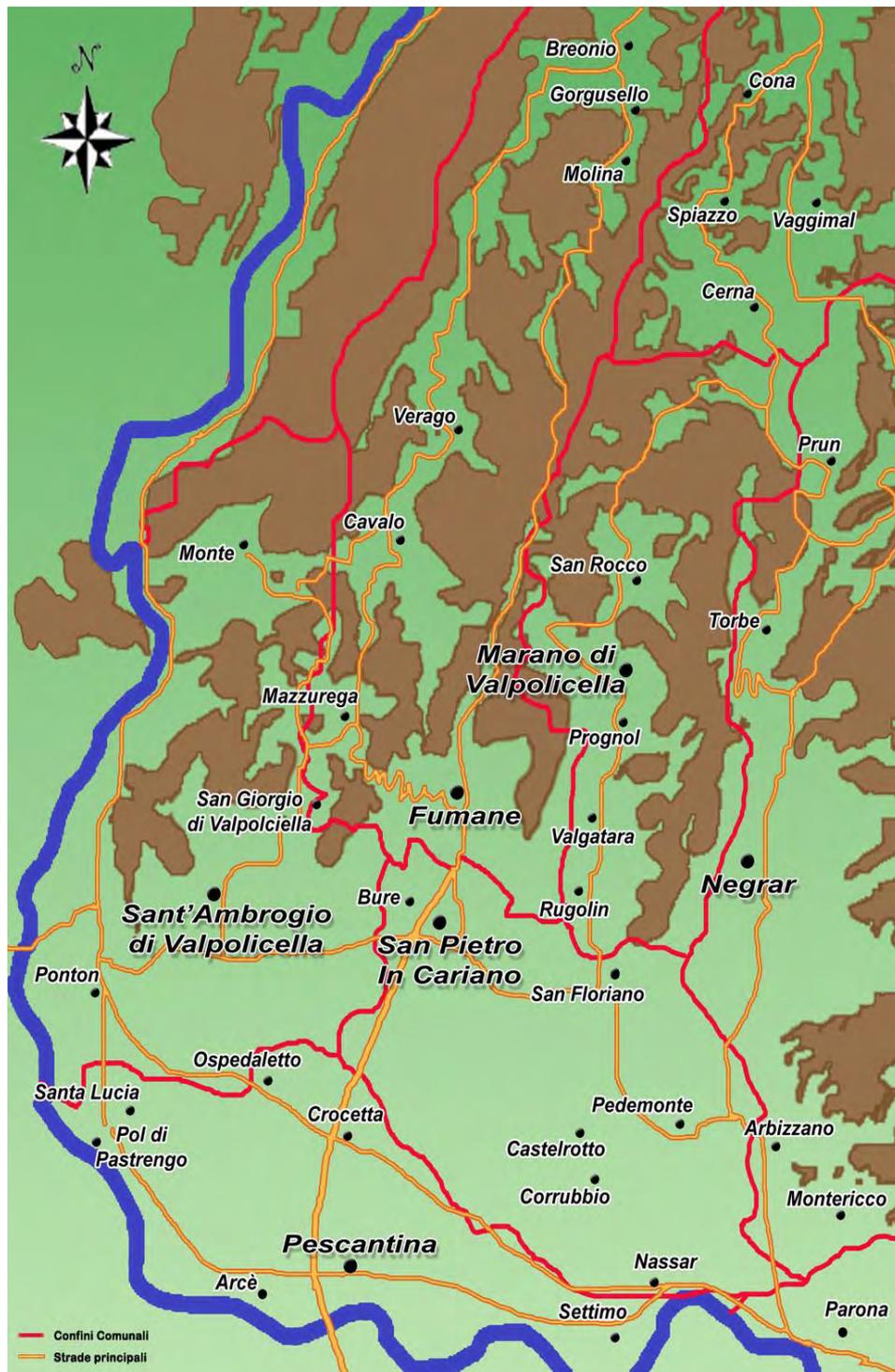
(Magnaghi 2010: 313)

APPENDICE DOCUMENTARIA



Documento 1

Valpolicella storico-amministrativa (Quintarelli 2001)



Documento 2

Valpolicella, confini comunali (in rosso) e strade principali (in giallo)
 (Quintarelli 2001)

PROGETTO PRESIDIO PERO MISSO

- Istituto Sperimentale di Frutticoltura, Provincia di Verona - Giorgio Baroni - giorgio.baroni@provincia.vr.it; Giro Bassi - giro.bassi@provincia.vr.it
- Dipartimento di Agronomia Ambientale e Produzioni Vegetali, Università degli Studi di Padova - Stefano Leppi - stefano.leppi@unipd.it; Claudio Bonghi - claudio.bonghi@unipd.it
- Associazione Antica Terra Gentile - Fumane (VR) - Plinio Pincivelli - plinio.pincivelli@gmail.com; Roberto Marchesini - rcomparacovi@gmail.com
- Sezione di Anatomia e Istologia, Facoltà di Medicina, Università degli Studi di Verona - Daniele Degli Innocenti - d.d.igi@libero.it
- Associazione Veneta Produttori Biologici, Tiziano Quatini - tiziano.quatini@biocopa.com
- Condotta Slow Food di Verona - Antonella Bampa - condottaslowfoodverona@hotmail.it
- BaldoFestival - Giacomo Greco - baldofestival@baldofestival.org
- Associazione Rurale Italiana - Andrea Tronchin - andrea.tronchin@ira.it

Il progetto nato in collaborazione tra l'Università di Padova, l'Istituto Sperimentale di Frutticoltura della Provincia di Verona, l'Associazione Antica Terra Gentile e Slow Food, prevede il recupero e la valorizzazione di un'antica varietà di pero denominata "Misso". Gli esemplari di questa straordinaria varietà sono tipici del territorio della Lessinia, nella fascia compresa tra i 550 e i 900 metri. Il frutto, di media pezzatura, presenta una colorazione alla raccolta verde chiaro mentre, alla maturazione, assume un colore marrone scuro, come la polpa. Una particolarità risiede nell'epoca di consumo del frutto, che deve subire un processo di ammezzimento dopo la raccolta, fino agli inizi di Ottobre.



DOCUMENTAZIONE GIÀ DISPONIBILE

1. Parziale mappatura degli esemplari di pero Misso presenti in Lessinia
2. Evoluzione storica dell'agricoltura lessinica e del pero Misso
Principali riferimenti storici:
 - 1821: Giorgio Gallesio, "Giornale dei Viaggi".
 - 1882: Inchiesta Jacini.
 - 1945: Primo Candioli, "Per l'incremento della pericoltura veronese"

3. Scheda Pomologica

| | |
|--|------------------|
| Periodo di raccolta in Lessinia | primi di ottobre |
| Colore alla raccolta | verde |
| Colore al momento del consumo | marrone |
| Peso medio in grammi (g) | 100-110 |
| Durezza kg/cm ² (penetrometro puntale 8 mm) | 8 |
| Zuccheri espressi in gradi Brix | 17,0-18,0 |
| Acidità (g/l di acido malico) | 1,8-2,0 |
| Periodo ottimale per il consumo | novembre |



OBIETTIVO PERO MISSO: PRESIDIO SLOW FOOD DELLA LESSINIA

VALORIZZAZIONE DEL PERO MISSO

1. Diffusione del pero Misso nelle aziende della montagna veronese
2. Valorizzare del prodotto e del territorio montano veronese
 - implementazione della mappatura degli esemplari presenti nella montagna veronese e realizzazione di un percorso naturalistico
 - presentazione durante fiere, feste dei sapori, convegni
3. Studio dell'impatto economico generato dal presidio pero Misso

IDENTIFICAZIONE DEL MATERIALE BIOLOGICO

1. Caratterizzazione molecolare del pero Misso
 - tracciabilità genetica mediante l'uso di marcatori molecolari
2. Fisiologia della maturazione del pero Misso
 - messa a punto di tecniche di mantenimento durante la fase di post-raccolta.

VALUTAZIONE DEL PROFILO NUTRIZIONALE E NUTRACEUTICO

1. Analisi tramite risonanza magnetica delle principali proprietà nutritive del pero Misso
2. Valutazione delle analisi sotto un profilo nutrizionale e nutraceutico



VALUTAZIONE DEL PROFILO GASTRONOMICO

1. Introduzione generale sui "sapori perduti"
2. Valutazione e valorizzazione degli aspetti sensoriali del pero Misso
3. Gastronomia: recupero antiche ricette, trasformazioni varie (marmellate, succhi, grappe) abbinamenti, derivati.



Documento 3

Certificato di nascita del progetto Presidio del Pero Misso [S.d.]



Pero misso della Lessinia

Presidio Slow Food



In Lessinia ne sono rimasti circa 200 alberi, soprattutto nell'alta Valpolicella, tra i 500 e i 900 metri di altitudine, e uno di questi - il pero Marchesini, dal cognome del proprietario del fondo, a Marano di Valpolicella - è stato inserito fra i Patriarchi Vegetali d'Italia (la sua età supera i 200 anni). Le altre piante sono sparse, singole o in piccoli gruppi nei comuni di Fumane, San Mauro di Saline, Grezzana, Sant'Anna d'Alfaedo, Negrar. Citato su "La Pomona Italiana", un compendio di immagini e descrizioni di alberi fruttiferi realizzata dall'agronomo Giorgio Gallesio tra il 1817

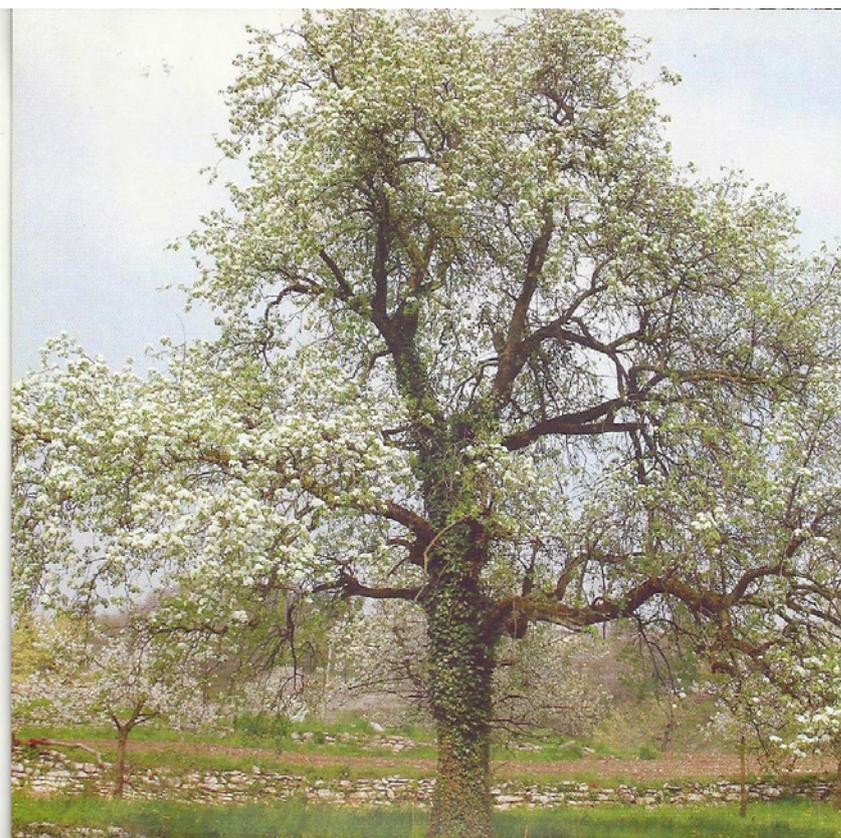
Le antiche pere di Verona

e 1839, e nell' "Inchiesta sulle condizioni delle classi rurali del Regno", è una varietà medio-piccola, con una colorazione di fondo verde e un leggero sovra colore rosso. La polpa è bianca e ricca di sclereidi, come di consuetudine nelle vecchie varietà di pero. È noto con il nome in dialetto veronese misso, che indica un frutto sovramaturato e quindi di colore scuro e consistenza molle, infatti è così che si presenta questa varietà di pero al momento ideale di consumo, agli inizi di novembre. La particolarità di questo varietà di pero è data dal fatto che, per essere consumato, deve prima subire un processo di ammezzimento (come si usa fare per i cachi, le mele cotogne, le giugiole e altri frutti). Si tratta di un procedimento di maturazione dei frutti, dopo la raccolta, che ne determina un cambiamento di consistenza, colore e sapore rendendoli appetibili. I frutti si raccolgono acerbi a fine ottobre e sono riposti, ben distanziati l'uno dall'altro, su un vassoio di cartone o in una cassetta di legno. Il luogo di conservazione deve essere asciutto e buio, e li rimangono per circa un mese, fino a che non avranno raggiunto la giusta maturazione. In questo modo si elimina il tipico effetto astringente al palato provocato dall'elevato contenuto di tannini che, durante l'ammezzimento, diminuiscono, mentre sale il contenuto in zuccheri. In questo modo si possono conservare i frutti anche per quattro mesi.

Dopo la sovramaturazione la buccia assume un colore marrone scuro, come la polpa, la quale però rimane consistente e non si rammollisce come nelle varietà attuali di pero. Con il pero misso - detto anche missa-oro - si producono ottimi dolci, marmellate, succhi, distillati, sidro.

Documento 4

Brochure ufficiale Presidio Slow Food del *Pero Misso* [S.d.]



Il Presidio

Nell'800 il pero misso rivestiva una grande importanza sul mercato frutticolo del Nord Est e fino a 40 anni fa veniva venduto comunemente sul mercato all'ingrosso di Verona e anche nel mercato in Piazza delle Erbe. Oggi si può trovare solo in piccole aziende agricole montane, oppure alle fiere paesane dei comuni della Lessinia (come ad esempio a ottobre alla fiera del Rosario di Breonio, nel comune di Fumane). Il Dipartimento di Agronomia e Produzioni Vegetali della Facoltà di Agraria di Padova, in collaborazione con l'Istituto sperimentale di frutticoltura Veronese, ha avviato negli anni scorsi con alcuni coltivatori un progetto di recupero di questa varietà dal quale è nato poi il Presidio. I coltivatori aderiscono all'associazione "Antica Terra Gentile", un'associazione culturale nata per promuovere il metodo biologico nella produzione agricola e per la custodia della biodiversità agroalimentare, naturale e originaria della montagna veronese, ma anche per la difesa del territorio e per ripristinare lo spirito originario delle comunità rurali alpine.

Area di produzione
Production area
 Comuni della Lessinia
 (provincia di Verona)



Con il patrocinio di
With the patronage of



Il progetto dei Presidi italiani è sostenuto da
The Slow Food project of Italian Presidia is supported by



Documento 4a

Brochure ufficiale Presidio Slow Food del *Pero Misso* [S.d.]



L'associazione internazionale Slow Food, che coinvolge più di 100.000 persone in 150 Paesi di cinque continenti, promuove l'educazione del gusto, si batte per preservare la biodiversità agroalimentare, organizza manifestazioni, pubblica libri e riviste.

The Slow Food international organization involving more than 100,000 people from 150 countries on five continents promotes taste education, fights for the preservation of agricultural biodiversity, organizes events and publishes books and magazines.



I Presidi sono progetti di Slow Food nati per tutelare i piccoli produttori e per salvare i prodotti tradizionali di qualità. Il loro obiettivo è garantire un futuro alle comunità locali: organizzando i produttori, cercando nuovi sbocchi di mercato, promuovendo e valorizzando sapori e territori.

Slow Food Presidia are local projects that work to protect small-scale producers and to safeguard quality traditional products. Their objective is to guarantee a viable future for local communities by organizing producers, searching out new economic outlets and raising the profiles of tastes and regions.



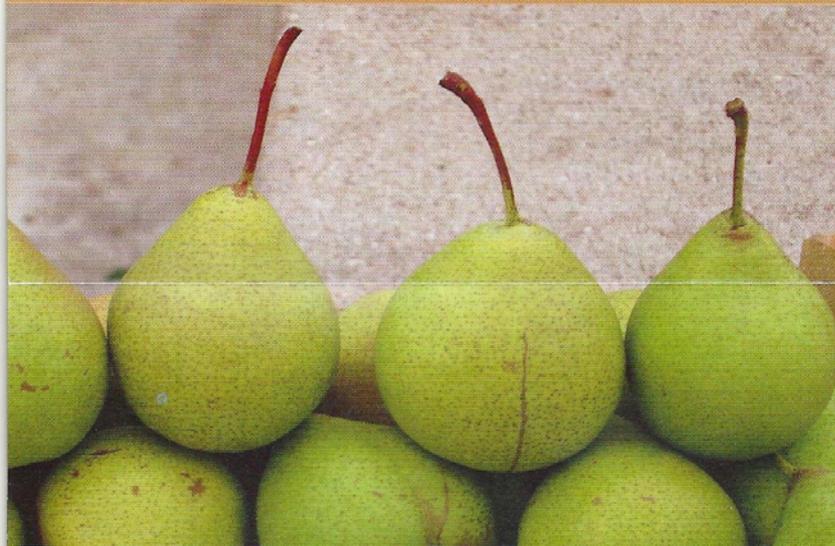
La Fondazione Slow Food per la Biodiversità Onlus promuove e coordina oltre 330 Presidi in tutto il mondo.

The Slow Food Foundation for Biodiversity promotes and coordinates over 330 Presidia in the world.



I Presidi sono Comunità del cibo di Terra Madre. Terra Madre riunisce tutti coloro che fanno parte della filiera alimentare per difendere insieme agricoltura, pesca e allevamento sostenibili e per preservare il gusto e la biodiversità del cibo.

The Presidia are part of the network of Terra Madre Food Communities. Terra Madre unites all those who are part of the food chain to defend together sustainable agriculture, fishing, and breeding and to preserve the taste and biodiversity of food.



In Veronese dialect "misso" refers to an overripe fruit – or one that is soft and dark in color, which is exactly how this pear variety looks when it is ready for eating in early November. The variety is cited in La Pomona Italiana, a compendium of descriptions and illustrations of fruit trees

put together by Giorgio Gallesio between 1817 and 1839. The fruit is small to medium in size and has green skin with minor reddish markings and a white and grainy flesh containing sclereids, small hard granules typical of old pear varieties.

The Misso pear was recovered by an association of small producers and can be used to make excellent desserts, jams, juices, distillates and cider.



Stampato su carta riciclata e ecologica/Printed on recycled and ecological paper – © Stefano Iseppi

Documento 4b

Brochure ufficiale Presidio Slow Food del *Pero Misso* [S.d.]



www.presidislowfood.it

Produttori

Producers

Luigi Aldrighetti
Marano di Valpolicella (Vr)
località Valgatarà
via Gnirega, 6
tel. 045 6837180

Domenico Fasoli
Sant'Anna d'Alfaedo (Vr)
località Cerna
via Maso, 15/a
tel. 045 754055

Giroto di Roberto Marchesini
Marano di Valpolicella (Vr)
località Giroto
tel. 045 7755350
330 366338
girotto.roberto@libero.it

Gorgusello
di Giovanni Zivelonghi
Fumane (Vr)
località Breonio
via Gorgusello
tel. 045 7720060

Maiga Faggioli
Erbezzo (Vr)
contrada Faggioli
tel. +39 335 1624401

Aldo Salaorni
San Rocco di Roverè Veronese
(Vr)
via Cà del Vento, 7
tel. +39 045 7848232

Massimo Veneri
Badia Calavena (Vr)
contrada Gonzo
tel. +39 349 8701130
massimo.veneri@gmail.com

Responsabili Slow Food del Presidio
Slow Food Presidium Coordinators

Antonella Bampa
tel. +39 393 9239941
condottaslowfoodverona@hotmail.it
Stefano Iseppi
tel. +39 380 7060234
stefano.iseppi@hotmail.com

Referente dei produttori del Presidio
Producers Coordinator

Roberto Marchesini
tel. 045 7755350 - 330 366338
girotto.roberto@libero.it

I Presidi veneti sono sostenuti da
Veneto Presidia are supported by



REGIONE DEL VENETO



Documento 4c

Brochure ufficiale Presidio Slow Food del *Pero Misso* [S.d.]

BIBLIOGRAFIA

Andrews Geoff, *Slow Food. Una storia tra politica e piacere*, Il Mulino, Bologna, 2010 (*The Slow Food Story. Politics and Pleasure* 2008);

Angelini Massimo, *Minima Ruralia. Semi, agricoltura contadina e ritorno alla terra*, Milano, Pentàgora, 2013;

Appadurai Arjun, *Gastro-politics in Hindu South Asia*, in *American Ethnologist*, n.8, 1981;

Appadurai Arjun, *Modernità in polvere*, Meltemi, Roma, 2001 (*Modernity at large: cultural dimensions of globalization*, 1996);

Aries Paul, *I figli di McDonald's. La globalizzazione dell'hamburger*, Dedalo, Bari, 2000;

Asher Francois, *Le mangeur Hypermoderne, une figure de l'individu éclectique*, Odile Jacob, Parigi, 2005;

Badii Michela, *Processi di patrimonializzazione e politiche del cibo. Un'etnografia della Toscana contemporanea*, Morlacchi Editore, Perugia, 2012;

Bagliani Marco, Dansero Egidio, *Politiche per l'ambiente*, UTET Libreria, Torino, 2011;

Barilla Center for Food and Nutrition, *La dimensione culturale del cibo*, Parma, 2009;

Barthes Roland, *Il brusio della lingua*, Einaudi, Torino, 1988;

Barthes Roland, *L'alimentazione contemporanea*, in *Scritti. Società, testo, comunicazione*, Editori Einaudi, Torino, 1998;

Becattini Giacomo, *Ritorno al territorio*, Il Mulino, Bologna, 2009;

Berry Wendell, *The pleasure of eating*, in *Wendell Berry*, in *What are people for?*, North Point Press, New York, 1990;

Berry Wendell, *La risurrezione della rosa. Agricoltura, luoghi, comunità*, Slow Food Editore, Brà (CN) 2006;

Biglino Irene, Olmo Anthony, Pieroni Andrea, Scaffidi Cinzia (a cura di), *Politiche alimentari e sostenibilità*, in <http://www.cetri-tires.org/press/2011/terra-madre-slow-foodpolitiche-alimentari-e-sostenibilita/?lang=it>;

Billotta Carmen, *Edo, ergo sum. Alimentazione e flussi culturali globali*, in Guigoni Alessandra (a cura di), *Foodscapes. Stili, mode e culture del cibo oggi*, Polimetrica, Monza (MI), 2004;

Biolghini Davide, *Il popolo dell'economia solidale. Alla ricerca di un'altra economia*, Emi, Bologna, 2007;

Borghini Andrea, *Il cibo e il suo rimosso geografico*, in http://college.holycross.edu/faculty/aborghin/Cibo_rimosso_geografico_alfabeta2.pdf;

Bourdieu Pierre, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Bologna, 1983 (*La distinction*, 1979);

Bové Josè, Dufour Francois, *Il mondo non è in vendita. Agricoltori contro la globalizzazione alimentare*, Feltrinelli, Milano, 2000 (*Le monde n'est pas une marchandise. Des paysans contre la malbouffe*, 2000);

Bravo Gianluigi, *I beni culturali demoetnoantropologici*, Carocci, Roma, 2006;

Brillat Savarin Jean Anthelme, *Fisiologia del gusto, ovvero meditazioni di gastronomia trascendente*, Opportunity Books, Milano, 1996 (*Physiologie du gout*, 1826);

Brunhes Jean, *La géographie humaine*, Puf, Parigi, 1942;

Capatti Alberto, Montanari Massimo, *La cucina italiana. Storia di una cultura*, Editori Laterza, Bari, 1999;

Cappati Alberto, *Il boccone immaginario. Saggi di Storia e letteratura gastronomica*, Slow Food Editore, Brà (CN), 2010;

Cavazzani Ada, *Innovazione sociale e strategie di connessione delle reti alimentari alternative*, in *Sociologia urbana e rurale*, n.87, 2008;

Cicatiello Clara, Franco Silvio, *La filiera corta e il suo rapporto con il territorio nell'analisi della letteratura*, in Marino Davide, Ciccatiello Clara (a cura di), *I Farmers' market: la mano visibile del mercato. Aspetti economici, sociali e ambientali delle filiere corte*, Franco Angeli, Milano, 2012;

Codeluppi Vanni, *Il potere della marca. Disney, McDonald's, Nike e le altre*, Bollati Boringhieri, Torino, 2001;

Corti Michele, *I ribelli del Bitto. Quando una tradizione casearia diventa eversiva*, Slow Food Editore, Brà (CN), 2011;

Costantino Lorenza, *Valpantena, falda inquinata nei pozzi privati*, in *L'Arena*, pagina 9, 9 Agosto, 2013;

Cummins Steven, Macintyre Sally, *The location of food stores in urban areas: a case study in Glasgow*, British Food Journal, Vol. 101, pp.545 – 553, 1999;

Dansero Egidio, Peano Cristiana, Semita Carlo, Tecco Nadia, *Rapporto di ricerca. Il modello delle comunità del cibo nell'azione di Slow Food in Africa. Modalità operative e indicazioni per la valutazione e il monitoraggio delle attività*, in http://www.slowfood.com/sloueuropa/filemanager/position_docs/rapporto_11maggio.pdf, 2012;

De Martino Ernesto, *La terra del rimorso. Contributo ad una storia religiosa del sud*, Il Saggiatore, Milano, 2008 [1ed., 1961];

De Marzo Giuseppe, *Buen Vivir. Per una nuova democrazia della terra*, Ediesse, Roma, 2009;

De Saint-Exupéry Antoine, *Il piccolo principe*, Bompiani, Milano, 2000 (*Le petit prince*, 1943);

Dickie John, *Con gusto, storia degli italiani a tavola*, Glf/Laterza, Roma, 2003 (*Delizia*, 2007);

Diffidenti Ernesto, *I tentacoli della Mafia sull'agroalimentare made in Italy: un business da 12,5 miliardi l'anno*, Il Sole 24 Ore, 21 Giugno, 2011;

Di Renzo Ernesto, *Il "cibo locale" tra comunicazione mass-mediata e marketing turistico del territorio*, in *Annali italiani del turismo internazionale*, n.7, 2008 a;

Di Renzo Ernesto, *Mangiare geografico: i modelli alimentari nel Lazio tra tradizione e riproposizione culturale*, in *Documenti geografici*, n.13, 2008 b;

Di Renzo Ernesto, *Oltre l'edibile. Su alcune valenze antropologico-culturali del cibo*, in *Economia della cultura*, vol. 20, fascicolo n.1, 2010;

Douglas Mary, *Antropologia e simbolismo. Religione, cibo e denaro nella vita sociale*, Il Mulino, Bologna, 1985;

Drago Laura, Mesmain Michéle, Milano Serena, *Terra Madre*, fascicolo divulgativo stampato presso la Tipografia La Stamperia di Carrù (CN), 2011;

Ducasse Alain, *The Slow Revolutionary Originally a protest, his Slow Food movement has transformed the way we think about cuisine*, in *Time Europe*, n.11, 2004;

Fabietti Ugo, Remotti Francesco, *Dizionario di Antropologia*, Zanichelli, Bologna, 2003;

Farinetti Oscar, Hayashi Shigeru, *Storie di coraggio. 12 incontri con i grandi italiani del vino*, Mondadori Electa, Milano, 2013;

Feenstra Gail W., *Local food systems and sustainable communities*, in *American Journal of alternative agriculture*, vol.12, n.1, 1997;

Fiorani Eleonora, *Geografie dell'abitare*, Lupetti- Editori di Comunicazione, Molano, 2012;

Fischler Claude, *L'onnivoro. Il piacere di mangiare nella storia e nella scienza*, Mondadori, Milano 1992 (*L'omnivore. Le gout, la cuisine et le corps*, 1990);

Fischler Claude, *La "macdonalizzazione dei consumi"*, in *Storia dell'alimentazione*, a cura di J. Flandrin e M. Montanari, Editori Laterza, Bari, 1997;

Flandrin Jean-Louis, Montanari Massimo (a cura di), *Storia dell'alimentazione*, Editori laterza, Bari, 1997;

Forum ONG-OSC, *Atti del forum mondiale sulla sovranità alimentare*, Roma, 2002, in www.dalbasso.org;

Geertz Clifford, *Interpretazione di culture*, Il Mulino, Bologna, 1998 (*The interpretation of cultures*, 1973);

Geertz Clifford, *Gli usi della diversità*, in Robert Borofsky (a cura di), *L'Antropologia culturale oggi*, Meltemi, Roma, 2000;

Giddens Anthony, *Il mondo che cambia. Come la globalizzazione ridisegna la nostra vita*, Il Mulino, Bologna, 2000;

Grasseni Cristina, *La reinvenzione del cibo. Culture del gusto fra tradizione e modernità ai piedi delle alpi*, Qui Edit, Verona 2007 a;

Grasseni Cristina, *La reinvenzione del cibo. Formaggi tipici alpini tra sviluppo locale e ridefinizione di confini*, in *Etnoantropologia online*, n.2, 2007 b;

Grasseni Cristina, *La reinvenzione del cibo. I prodotti locali nell'era globale*, in *Culture della sostenibilità*, anno III, n.6, 2009;

Grasso Sergio, *Tutte curve e dolcezza*, in *Zafferano magazine. Periodico di ristorazione e gastronomia*, n.44, 2013;

Grimaldi Piercarlo, *Cibo e rito. Il gesto e la parola nell'alimentazione tradizionale*, Sellerio, Palermo, 2012;

Guigoni Alessandra, *Antropologia del Mangiare e del Bere*, Edizioni Altravista, Pavia, 2009;

Guigoni Alessandra (a cura di), *Foodscapes. Stili, mode e culture del cibo oggi*, Polimetrica, Monza (MI), 2004;

Guigoni Alessandra, *Paesaggi del cibo e identità, tra localismi e mondializzazione*, in *Melissi*, n.12/13, 2006;

Guigoni Alessandra, *Questioni antropologiche sul relativismo culinario*, in Barba Bruno (a cura di), *Tutto è relativo. La prospettiva in antropologia*, SEID, Firenze, 2008;

Hannerz Ulf, *La diversità culturale*, Il Mulino, Bologna, 2001;

Harris Marvin, *Buono da mangiare. Enigmi del gusto e consuetudini alimentari*, Einaudi, Torino, 1990 (*Good to eat. Riddles of food and culture*, 1985);

Iseppi Stefano, *Il Pero Misso: Un frutto della Lessinia da riscoprire*, Università degli Studi di Padova, tesi di laurea A.A. 2007-2008, relatore Claudio Bonghi;

Iseppi Stefano, *Il Pero Misso: un potenziale presidio alimentare per la Lessinia. Caratterizzazione molecolare e nutraceutica, potenzialità gastronomiche e paesaggistiche*, Università degli Studi di Padova, tesi di laurea specialistica A.A. 2009-2010, relatore Claudio Bonghi;

La Cecla Franco, *Mente Locale. Per un'antropologia dell'abitare*, Eleuthéra, Palermo, 2011 [1 ed., 1993];

La Cecla Franco, *Perdersi. L'uomo senza ambiente*, Editori Laterza, Roma-Bari, 1988;

Lai Franco, *Antropologia del paesaggio*, Carrocci Editore, Roma, 2004;

Lai Franco, Billotta Carmen, *La produzione della località: paesaggi e percorsi del cibo*, in *La produzione della località. Saperi, pratiche e politiche del territorio*, Mondardini Morelli Gabriella (a cura di), CUEC, Cagliari, 2005;

Latouche Serge, *L'occidentalizzazione del mondo*, Bollati Boringhieri, Torino, 1992;

Latouche Serge, *Il pianeta dei naufraghi. Saggio sul doposviluppo*, Bollati Boringhieri, Torino, 2004 [1 ed., 1993];

Latouche Serge, *Come sopravvivere allo sviluppo. Dalla decolonizzazione dell'immaginario economico alla costruzione di una società alternativa*, Bollati Boringhieri, Torino, 2005;

Latouche Serge, *Come si esce dalla società dei consumi. Corsi e percorsi della decrescita*, Bollati Boringhieri, Torino, 2011;

Latouche Serge, *Limite*, Bollati Boringhieri, Torino, 2012;

Latouche Serge, Carlo Petrini , dibattito pubblico al *Festival Economia e Società*, in http://www.pensierinpiazza.it/archivio/documenti/doc_download/31-latouche-petrini-dibattito.html;

Leroi-Gourhan André, *Il gesto e la parola*, Editori Einaudi, Torino, 1977 (*Le geste et la parole*, 1964-65);

Levi-Strauss Claude, *L'origine delle buone maniere a tavola*, Net Saggiatore, Milano, 1999 (*Mythologiques. L'originedes manières de table*, 1968);

Levi-Strauss Claude, *Il crudo e il cotto*, Net Saggiatore, Milano, 2004 (*Mythologique, I. Le Cru et le Cuit*, 1964);

Ligi Gianluca, *Appunti dalle lezioni del corso di Antropologia Sociale SP*, A.A. 2011-2012, Università Cà Foscari di Venezia;

Longo Angelo, *Il sistema sociale dell'alimentazione in una valle trentina. Storia*,

Tradizione e immaginazione alimentare nella valle di Primiero, Università Cà Foscari di Venezia, tesi di laurea specialistica A.A. 2008-2009, relatore Giovanni Dore;

Lupton Deborah, *L'anima nel piatto*, Il Mulino, Bologna, 1999 (*Food, The body and the self*, 1996);

Magnaghi Alberto, *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*, Bollati Boringhieri, Torino, 2010 [1. Ed., 2000];

Mance Euclides A., *La rivoluzione delle Reti. L'economia solidale per un'altra globalizzazione*, EMI, Bologna, 2003;

Marino Davide e Pallotta Lucia, *Lo scenario. Di cosa parliamo quando parliamo di cibo. La filiera corta nel quadro del dibattito sul cibo*, in Marino Davide, Cicatiello Clara (a cura di), *I Farmers' market: la mano visibile del mercato. Aspetti economici, sociali e ambientali delle filiere corte*, Franco Angeli, Milano, 2012;

Marino Davide, Cicatiello Clara (a cura di), *I Farmers' market: la mano visibile del mercato. Aspetti economici, sociali e ambientali delle filiere corte*, Franco Angeli, Milano, 2012;

Massey Doreen, *A global sense of place*, in Doreen Massey, *Space, place and gender*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 1994;

Mauss Marcel, *Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, Einaudi, Torino, 2002 (*Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, 1925);

Mennel Stephen, *The sociology of food: Eating, Diet and culture*, Sage, Londra, 1992;

Mondardini Morelli Gabriella (a cura di), *La produzione della località. Saperi, pratiche e politiche del territorio*, CUEC, Cagliari, 2005;

Montanari Massimo (a cura di), *Il mondo in cucina. Storia identità, scambi*, Editori Laterza, Bari, 2002;

Montanari Massimo, *Il cibo come cultura*, Edizioni Laterza, Bari, 2004;

Neresini Federico, Rettore Valentina (a cura di), *Cibo, cultura, identità*, Carocci, Roma, 2008;

Niola Marino, *Si fa presto a dire cotto. Un antropologo in cucina*, Il Mulino, Bologna, 2009;

Oppo Anna, Ferrari Myriam, Pitzalis Marco, *Cibo e identità locali*, in Neresini Federico, Rettore Valentina (a cura di), *Cibo, cultura, identità*, Carocci, Roma, 2008;

Papa Cristina, *L'antropologia dell'impresa*, Guerini, Milano, 1999;

Papa Cristina, *Il prodotto tipico tra patrimonio e mercato a la cultura patrimonial. Il caso dell'olio extravergine d'oliva umbro*, in *Revista Anales*, n.17, 2000;

Papa Cristina, *Il prodotto tipico come ossimoro: il caso dell'olio extravergine di oliva Umbro*, in *Frammenti di economie. Ricerche di antropologia economica in Italia*, Siniscalchi Valeria (a cura di), Luigi Pellegrini Editore, Cosenza, 2002;

Peano Cristiana, Sottile Francesco, *I presidi Slow Food in Europa, un modello di sostenibilità. Valutazione dei risultati socioculturali, agroambientali ed economici 2000-2012*, in http://www.slowfood.com/sloweurope/filemanager/position_docs/biodiversity/Ricerca_presidi_ITA.pdf, 2012;

Perullo Nicola, *Per un'estetica del cibo*, Aesthetica Preprint, Palermo, 2006;

Petrini Carlo, *Cibo e libertà. Slow Food: storie di gastronomia per la liberazione*, Slow Food Editore-Giunti Editore, Firenze, 2013;

Petrini Carlo, *Buono, pulito e giusto. Principi di una nuova gastronomia*, Einaudi, Torino, 2011 [1 ed., 2005];

Petrini Carlo, *Terra Madre. Come non farci mangiare dal cibo*, Slow Food Editore-Giunti Editore, Firenze, 2009;

Petrini Carlo, Padovani Gigi, *Slow Food revolution. Da arcigola a Terra Madre. Una nuova cultura del cibo e della vita*, Rizzoli, Milano, 2005;

Petrini Carlo, *Slow Food. Le ragioni del gusto*, Editori Laterza, Bari, 2003;

Parkins Wendy, Craig Geoffrey, *Slow Living*, Oxford-New York, Berg, 2006;

Pieroni Osvaldo, *Presente e futuro della cultura contadina*, in *Sociologia urbana e rurale*, n.87, 2008;

Polanyi Karl, *La sussistenza dell'uomo*, Einaudi, Torino, 1974 (*The livelihood of Man*, 1977);

Poulain Jean-Pierre, *Gout du terroir à l'heure de l'Europe*, in *Etnologie française*, 1, 1997;

Poulain Jean-Pierre, Laurence Tiberé, *Mondialisation, métissage et créolisation alimentaire, de l'intérêt du "laboratoire" réunionnais*, in *Bastidiana*, XXXI-XXXII, 2000;

Poulain Jean-Pierre, *Alimentazione, cultura e società*, Il Mulino, Bologna, 2008

(*Sociologies de l'alimentation. Les mangeurs et l'espace social alimentaire*, 2005);

Quintarelli Giuseppe, *Valpolicella*, Casa Editrice Damolgraf, Arbizzano di Negrar (VR), 2001;

Rami Ceci Lucilla, *Introduzione. Genius loci: l'eredità culturale del luogo tra continuità e rinnovamento*, in Rami Ceci Lucilla (a cura di), *Sassi e templi. Il luogo antropologico tra cultura e ambiente*, Armando, Roma, 2003;

Remotti Francesco, *Cultura. Dalla complessità all'impoverimento*, Editori Laterza, Bari, 2011;

Ritzer George, *La globalizzazione del nulla*, Slow Food editore, Brà (CN), 2005 (*The globalization of nothing*, 2004);

Rossi Adanella, Brunori Gianluca, Guidi Francesca, *I mercati contadini: un'esperienza di innovazione di fronte ai dilemmi della crescita*, in *Rivista di diritto alimentare*, anno II, n.3, Luglio-Settembre 2008;

Scarpi Paolo, *Il senso del cibo: mondo antico e riflessi contemporanei*, Sellerio Editore, Palermo, 2005;

Sassatelli Roberta, *Presentazione. L'alimentazione: gusti, pratiche e politiche*, in *Rassegna italiana di sociologia*, a. XLV n.4, 2004;

Secondulfo Domenico, *Dimmi come mangi e ti dirò chi sei. Cibi, luoghi e relazioni nel menù del sociologo*, in Guigoni Alessandra (a cura di), *Foodscapes. Stili, mode e culture del cibo oggi*, Polimetrica, Monza (MI), 2004;

Serventi Silvano, Sabban Françoise, *La pasta. Storia e cultura di un cibo universale*, Editori Laterza, Bari, 2000;

Shiva Vandana, *Dalla parte degli ultimi, una vita per i diritti dei contadini*, Slow Food Editore, Brà (CN), 2007;

Sigaut Francois, *Alimentation et rythmes sociaux: nature, culture et économie*, in Ayrmand Maurice, Grignon Claude, Sabban Françoise, *Le temps de manger. Alimentation, emploi du temps et rythmes sociaux*, Edition du Msh-Inra, 1993;

Silvini Silvia, *Consumo critico e reti alimentari*, in *Sociologia urbana e rurale*, n.87, 2008;

Simonetti Luca, *Mangi chi può, meglio meno e piano. L'ideologia di Slow Food*, Mauro Pagliai Editore, Firenze, 2010;

Siniscalchi Valeria, *Sapere antropologico, potere e patrimonializzazione dei saperi in Francia*, in Caoci Alberto, Lai Franco (a cura di), *Gli "oggetti culturali". L'artigianato tra estetica, antropologia e sviluppo locale*, Franco Angeli, Milano, 2007;

Siniscalchi Valeria, *I processi di tipicizzazione tra singolarità e ripetizione*, in *Culture della sostenibilità*, anno III, n. 6, 2009;

Slow Food, *I Presidi Slow Food. Vademecum*, in http://www.fondazione Slow Food.it/pagine/ita/presidi/cerca_presidi.lasso?-id_pg=11;

Sobrero Alberto M., *I'll teach you differences. Etnografia dell'abitare*, in Federico Scarpelli, Romano Angelo (a cura di), *Voci della città*, Carocci, Roma, 2011;

Rappaport Leon, *Come mangiamo: appetito, cultura e psicologia del cibo*, Ponte delle Grazie, Milano, 2003;

Regolamento CEE, n. 2081/92 del Consiglio, del 14 luglio 1992, in <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992R2081:it:NOT>;

Sterpellone Luciano, *A pranzo con la storia*, SEI, Torino, 2008;

Teti Vito, *Il colore del cibo. Geografia, mito e realtà dell'alimentazione mediterranea*, Meltemi, Roma, 1999;

Toniolo Antonio Renato, *La Valpolicella: contributo al glossario dei nomi territoriali italiani*, Tipografia di M. Ricci, 1913;

Turco Angelo, *Configurazioni della territorialità*, Franco Angeli, Milano, 2010;

Van der Ploeg Jan Douwe, *I nuovi contadini. Le campagne e le risposte alla globalizzazione*, Donzelli Editore, Roma, 2009;

Warnier Jean Paul, *Le paradoxe de la marchandise authentique. Imaginaire et consommation de masse*, L'Harmattan, Parigi, 1994;

Zingarelli Nicola, *Vocabolario della lingua italiana. Dodicesima edizione*, Zanichelli, Bologna, 1998;

Zola Lia (a cura di), *Memorie del territorio, territori della memoria*, Franco Angeli, Milano, 2000.

SITOGRAFIA

www.cisaonline.org

www.bioloc.it

www.slowfood.it

www.terramadre.info

Ringraziamenti ufficiali

Grazie alla disponibilità del Professor Dore.

Grazie ad Antonella Bampa e Roberto Marchesini.

Ringraziamenti particolari

Grazie alla mia volontà.

A chi è stato in grado di alimentarla.

Guarda caso, tutte donne.

Le mie tre nonne: Gianna, Edda e Yole.

La mia cara mamma e la piccola Chi.

