

Slow Food University/La ricerca

Foto M. Parr/Magnum Photos

**I mercati trasferiscono ricchezza dal mondo urbano a quello rurale. Raccolgono individui diversi intorno a un tema comune. Rendono chiare le origini del cibo a coloro che lo consumano e a volte li fanno anche riflettere sul lavoro occorrente per produrlo. A un livello più maturo di evoluzione, un mercato può facilitare le soluzioni alle esigenze della comunità**





# Al Bistro di Halifax

di David Szanto  
Traduzione Davide Panzieri

**Sono seduto al tavolo di un ristorante, il Chives Bistro di Halifax, Nova Scotia.** Davanti a me linee immaginarie – come quelle che collegano le destinazioni delle rotte nelle riviste offerte sugli aerei – sembrano convergere sul piatto che ho davanti. Lavoro da tre settimane a un progetto di ricerca trimestrale in sette paesi e 27 località sui *farmers' markets* e vedo varie cose, in primo luogo nessi.

I *farmers' markets* sono tutto un nesso. Mettono in contatto consumatori e produttori, produttori e ristoratori, ristoratori e media, persone e cibo. Il cibo ci mette in contatto con la nostra identità culturale e riunisce gli individui all'interno di una comunità. A sua volta, questa dà loro un senso di appartenenza, sicurezza e autostima, il senso di essere connessi.

Studiando i *farmers' markets* per la Fondazione Slow Food per la Biodiversità, ho imparato molto sul valore di tali nessi e su ciò che possono fare per la condizione economica, sociale e agricola di un dato luogo. I mercati trasferiscono ricchezza dal mondo urbano a quello rurale. Raccolgono individui diversi intorno a un tema comune. Rendono chiare le origini del cibo a coloro che lo consumano e a volte li fanno anche riflettere sul lavoro occorrente per produrlo. A un livello più maturo di evoluzione, un mercato può facilitare le soluzioni alle esigenze della comunità. Diventa ben più di un luogo in cui si compra il cibo e inizia a fungere da portale di opportunità.

## Il più antico

Il *farmers' market* di Halifax è questo genere di essere. Costituito oltre 250 anni fa con un regio proclama britannico, è il più vecchio *farmers' market* del Nord America e negli anni ha avuto una serie di alti e bassi. A partire dai primi anni Novanta, sotto la guida sapiente e concreta dell'esperto di mercati Fred Kilcup, opera come cooperativa di venditori e conosce l'era di maggior successo della sua storia. Ogni sabato circa 140 produttori si ritrovano al Keith's Brewery Building per vendere frutta e verdura, carne, formaggio, prodotti da forno, lavorati locali e prodotti non alimentari. Il viavai agli otto ingressi di quel complesso labirintico è diventato ormai un meccanismo bene

## Slow Food University/La ricerca



Halifax, Canada. Il farmers' market ospitato ogni sabato dal Keith's Brewery Building è il più antico del Nord America. Nella foto accanto, il cartello di benvenuto al mercato e, a seguire, scorci delle bancarelle.



Foto D. Szanto

oliato. Nei punti strategici ci sono musicisti che creano atmosfera senza interferire con il flusso del traffico o con le conversazioni. La filosofia operativa di Fred, Qhs («Questo ha senso?»), orienta i processi decisionali. Non è sempre stato così, ma questo approccio pratico – ciò che è bene per i venditori è bene per il mercato – ha superato un ostacolo dopo l'altro. E sarà molto richiesto nei prossimi anni: il mercato ha appena ottenuto il via libera per lanciare una campagna con un capitale di 9 milioni di dollari per trasferirsi in un nuovo sito di 3250 metri quadrati sul fronte del porto. Sarà sicuro dal punto di vista ambientale e autosufficiente dal punto di vista energetico grazie all'uso di mulini a vento, pannelli solari e un giardino pensile.

Visitare il mercato il sabato è un'esperienza magnifica. Clienti e venditori fremono nell'attesa. I più mattinieri entrano ed escono quando inizia l'attività, verso le 7 del mattino, evitando il traffico più turistico successivo e acquistando i prodotti più freschi. La vista delle ricchezze di agosto delle tante regioni produttrici della Nova Scotia è chiaramente motivo di orgoglio per entrambe le parti – cibo locale prodotto, venduto e consumato a livello locale. Gli odori del buon caffè e dei cibi di pronto consumo accrescono ancora di più le energie. È un'alternativa percorribile al supermercato e i clienti regolari con cui parlo si sentirebbero perduti se non ci fosse.

Alla bancarella di Fox Hill incontro il casaro Rick Rand; due giorni prima, al Lunenburg Farmers' Market, avevo chiacchierato con sua moglie, la simpatica Jeanita, mentre garantiva con sicurezza ai clienti delusi che il quark (una via di mezzo tra il formaggio fresco e lo yogurt) incredibilmente popolare di Fox Hill sarebbe stato di nuovo in vendita la settimana dopo. Qui ad Halifax Rick si illumina quando parla di latte e di formaggio e il suo entusiasmo contagia la mezza dozzina di clienti che si sono raccolti per ascoltare la nostra conversazione. Si parla di nesi.

Norbert Kungl della Selwood Green Farm è il padrino dei prodotti biologici del mercato. Gli altri agricoltori vanno da lui per porgli domande sulla coltivazione e la vendita – sia qui sia nei chioschi davanti alle loro fattorie che spesso i bancarellisti aprono per integrare la vendita in città. Parla della necessità, in quanto bancarellista, di essere assolutamente sincero con i clienti. Offrite ricette e idee per la cucina, dice, suggerimenti su come combinare i cibi, e mostrate il buon vecchio entusiasmo per i prodotti. Dice ai clienti a proposito della sua famiglia: «Ci piace, eccome, mangiare verdure a casa!».

Lo chef Dennis Johnston (che ha partecipato a Terra Madre 2006) compra il 95% dei suoi ingredienti per il celebrato ristorante Fid al mercato di Halifax, e Selwood Green è la sua prima tappa. Se, però, non ha ciò che cerca, Norbert è felice di indirizzare Dennis da un altro venditore che ne dispone.

### Competizione e cooperazione

Questo concetto – unire competizione e cooperazione – è una cosa che Fred Kilcup ha lottato duramente per introdurre nella cultura del mercato. La tensione dinamica spinge i produttori a fare ciò che fanno meglio, a specializzarsi, integrarsi l'un l'altro e accrescere il livello qualitativo generale. Una volta la presenza di Fox Hill preoccupava gli altri venditori di formaggio del mercato. Dal suo arrivo sono

## Slow Food University/La ricerca



Foto D. Szatib

**La tensione dinamica spinge i produttori a fare ciò che fanno meglio, a specializzarsi, integrarsi l'un l'altro e accrescere il livello qualitativo generale. Una volta la presenza di Fox Hill preoccupava gli altri venditori di formaggio del mercato. Dal suo arrivo sono aumentate le vendite di tutti**



Foto D. Szatib

aumentate le vendite di tutti: anziché cannibalizzarsi, insieme hanno trasformato il mercato in una meta per i consumatori di formaggio alla ricerca di grandi prodotti locali, ed è la mano accorta di Fred a mantenere l'equilibrio di tale dinamica.

Il mercato cerca anche regolarmente i modi per passare a una fase successiva di sviluppo. Oltre all'imminente trasferimento, ha pubblicato un libro che narra la sua storia, parla dei venditori e fornisce utili ricette. Non è solamente una promozione di questo luogo. Ne sono state vendute più di 2500 copie e si è verificato l'impensabile: il libro ha dato concretamente un profitto. È anche in programma una cucina per uso comune, che permetterà ai produttori di valorizzare ulteriormente ciò che vendono. Tutto l'acciaio inossidabile indispensabile a realizzarla non sarebbe alla portata di un unico, piccolo produttore; il mercato, invece, se lo può permettere. Tornando al Chives, un cameriere di esemplare cortesia è tornato in cucina per la terza volta portando con sé un'altra delle mie domande sulla provenienza di uno degli ingredienti della cena (ultimamente sono un po' ossessionato dal "locale"). Come al Fid, anche qui il cibo proviene in gran parte da produttori del posto e ho mangiato ottimi *kebab* di agnellino, dolci alle mele con finocchietto e uno stuzzicante *fromage frais*. «È una specie di *crème fraîche*» mi spiega il cameriere-amico quando torna «di un caseificio di qui». Gli ricordo che il menù lo definiva in modo diverso e mi confessa che si tratta in effetti dell'elusivo *quark* della Fox Hill Farm di cui avevo tanto sentito parlare. «Ma quasi nessuno sa che cos'è il *quark*» aggiunge. Ecco un nesso.

**Nessi**

Alcuni mesi fa, a Colorno, il responsabile del convivium Slow Food della Nova Scotia, Brian Kienapple, aveva mostrato a un master di cultura alimentare un pezzo televisivo sul Chives nel quadro delle sue conferenze all'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche sul giornalismo televisivo e i documentari. Davanti a me, questa sera, una di quelle linee immaginarie disegnate sulla rivista forma un arco da uno schermo televisivo in Emilia Romagna al tavolo di un ristorante di Halifax. Un'altra decolla dal mio piatto e atterra alla Fox Hill Dairy. Una terza parte dalla mia testa e arriva ai *kebab* di agnello di quando ero bambino a Montréal, qualche centinaio di chilometri a ovest e vent'anni addietro. Altre ancora toccano i *farmers' markets* della costa occidentale del Canada e si proiettano nel futuro verso quelli che devo ancora visitare in Irlanda, Inghilterra e Galles. Migliaia di queste linee – un vero e proprio ingorgo nel traffico aereo – partono da Torino in ogni direzione, con la vista di Terra Madre 2006 che va e viene e il Lingotto come centro mondiale della riflessione internazionale sul cibo.

Ho sentito un profondo nesso con il cibo per gran parte della vita. Studiando i *farmers' markets*, i nessi diventano del tutto evidenti, come le loro infinite possibilità di avvicinare un numero crescente di persone a un rapporto produttivo e sostenibile con il cibo. Il *farmers' market* di Halifax è un superbo esempio del potere connettivo di una catena alimentare corta e della vendita diretta e, a mano a mano che si sviluppa, diventa un modello e una fonte d'ispirazione per tutto il mondo. ☺