

Prefazione

Di Alain Ducasse, del suo percorso di vita, della sua ascesa, delle ragioni del suo successo, di quelle che furono, a quanto si dice, le sue fragilità nascoste, pensiamo di aver letto e sentito tutto. Ma ci sbagliamo. In questo libro state per scoprire un uomo che non ha niente a che vedere con il personaggio che credete di conoscere.

È stato così anche per me, nel giugno del 2010, quando l'ho incontrato per la prima volta grazie a Michel Guérard. All'epoca, collaboravo con Guérard aiutandolo a riflettere sulle strategie di comunicazione relative all'avvio del suo progetto per la creazione di una scuola che formasse alla «cucina salute». Michel Guérard è un mito vivente nel mondo della gastronomia. A Eugénieles-Bains, lui e sua moglie Christine hanno costruito un gioiello di armonia e di benessere.

Un giorno di maggio, Michel mi chiama per informarmi di un'iniziativa di promozione della gastronomia lanciata da quindici grandi cuochi francesi. Vogliono creare un «Collegio culinario di Francia», con presidenti Alain Ducasse e Joël Robuchon. Michel mi chiede se posso accompagnarli in questo ambizioso progetto. Appassionato di gastronomia fin da piccolo – la mousse al cioccolato di mia mamma italiana resterà sempre la migliore al mondo –, accetto con entusiasmo.

Ci mettiamo al lavoro. Il Collège Culinaire de France si riunisce una volta al mese. Le sedute sono vivaci.

Le forti personalità di ognuno di questi grandi chef rispecchiano i personalissimi percorsi che li hanno condotti ai vertici della gerarchia mondiale della gastronomia. In Alain Ducasse trovo ben presto una risonanza particolare. Tra i nostri due mestieri, comunicazione e gastronomia, esiste una vicinanza reale. Non per niente, quale che sia la cultura, l'etnia e la latitudine, non c'è essere umano che possa fare a meno di mangiare o di comunicare.

Per quanto mi riguarda sono sempre stato convinto che la comunicazione sia parte integrante della cultura e che la sua pratica abbia un valore ideologico ed etico. Mi spiego meglio: io ho il diritto di scegliere se entrare o meno in comunicazione con qualcuno. Ma se entro in comunicazione è proprio per fare in modo che quel che dico raggiunga il mio interlocutore, che i suoi canali di percezione interpretino il mio messaggio in modo conforme all'intento e al senso da me conferiti al messaggio al momento di emetterlo. Sono quindi obbligatoriamente tenuto a interessarmi alla differenza dell'altro per assicurarmi dell'efficacia della mia comunicazione. Sono tenuto a comprendere come funzionano i suoi filtri culturali e intenzionali di percezione. Insomma: comunichiamo bene soltanto se siamo autenticamente interessati all'altro.

Il modo che ha Alain Ducasse di intendere la cucina si nutre costantemente della diversità dei clienti e delle loro predilezioni. Alain si mette letteralmente al loro posto, ma anche, e a volte sorprendentemente, al posto dei prodotti, di cui sa svelare provenienza, origine e storia semplicemente assaggiandoli.

Fra i nostri due universi ho rilevato anche un'altra corrispondenza: non abbiamo mai avuto a disposizione tecnologie di comunicazione così straordinariamente efficaci, ma al tempo stesso non abbiamo mai incontrato così tante difficoltà a comunicare fra di noi. I dibattiti

non sono piú scambi di idee, ma scontri fra punti di vista chiusi, sbattuti in faccia a colpi di tweet e refrattari allo sviluppo di qualsiasi pensiero profondo. La parola non ha piú alcun valore, e di conseguenza è anche priva di credito. La stessa constatazione può valere per la gastronomia. Non abbiamo mai avuto a disposizione una tale quantità di risorse e prodotti. E ciò nonostante non abbiamo mai mangiato cosí male; non sappiamo piú che cosa mangiamo; siamo incapaci, il piú delle volte, di dire da dove vengono i prodotti che consumiamo e come sono stati lavorati. E non abbiamo mai sofferto cosí tanto di patologie legate a quello che mangiamo.

Nell'estate del 2010, all'epoca del nostro incontro, i fondatori del Collège Culinaire de France sono appena riusciti a far inserire il pasto gastronomico francese nel patrimonio culturale immateriale dell'umanità dell'UNESCO, grazie soprattutto al particolare impegno di uno di loro, Guy Savoy. Rapidamente, tuttavia, mi rendo conto che il futuro della gastronomia si gioca non tanto al livello dei grandi chef (quale altro Paese in effetti può vantare una schiera di chef prestigiosi altrettanto nutrita di quella francese?) quanto piuttosto nel cuore stesso del territorio francese e della sua diversità. Gli studi condotti sulla ristorazione in Francia rivelano che oltre l'80 per cento dei ristoranti propone una cucina essenzialmente industriale (piatti pronti da riscaldare al microonde) e, nella maggior parte dei casi, senza professionisti ai fornelli. Si aggiunga a tutto questo che la Francia è diventata il secondo mercato mondiale di McDonald's, l'azienda leader dei fast-food.

Sulla base di questi dati allarmanti, propongo al Collège Culinaire de France di selezionare e promuovere tutti i «Ristoranti di qualità» che condividono gli stessi valori. Si tratta di ristoranti piccoli, modesti, in molti casi isolati, o anche di ristoranti piú conosciuti, ma troppo spesso non citati nelle guide gastronomiche.

La mia idea non è creare l'ennesima etichetta, ma dare vita a un movimento impegnato, militante, indipendente e federatore, riunito sotto l'insegna della denominazione «Ristorante di qualità riconosciuto dal Collège Culinaire de France». Propongo di rendere ufficiale il movimento e di lavorare alla sua promozione.

La denominazione, istituita nel 2013, conosce un successo immediato. Gli chef mettono la loro fama e credibilità al servizio delle donne e degli uomini del settore che in ogni città, paese e cucina di Francia si riconoscano nelle stesse pratiche di qualità. Nell'intera nazione quasi duecento chef di riferimento, selezionati per rigore etico e notorietà, partecipano alla selezione delle candidature e, successivamente, al supporto di chi ha ottenuto la denominazione. Nel giro di qualche mese vengono promossi oltre mille «Ristoranti di qualità». Molti dei loro direttori sacrificano parte del loro tempo professionale e personale per fare militanza attiva sul territorio, nella regione di appartenenza, e portare avanti le battaglie che saranno illustrate nei diversi capitoli del presente libro.

Alla fine del 2014 vengono anche selezionati dei «Produttori e artigiani di qualità», al fine di costituire una vera e propria filiera della qualità di cui i clienti stessi dovranno entrare a far parte, per far vivere il retaggio e l'avvenire del patrimonio culinario delle nostre terre.