

Il movimento Cittaslow nasce nel 1999 come associazione fra quattro città italiane (Greve in Chianti, Bra, Positano, Orvieto) e Slow Food con lo scopo di promuovere uno "sviluppo lento" e il "buon Vivere" attraverso l'attuazione di una politica attenta alla qualità dell'accoglienza, dell'ospitalità e dei servizi alla persona, tendente a preservare e l'ambiente, a tutelare e valorizzare il territorio in tutti i suoi aspetti (tradizionali, culturali, sociali, produttivi, agricoli, architettonici) coinvolgendo i cittadini e promuovendone la consapevolezza.

Il movimento si è rapidamente allargato ed è diventato una rete di circa 60 Città, appartenenti a paesi diversi, che hanno aderito ai principi della carta costitutiva del movimento e molte altre città nel mondo hanno chiesto informazioni sulle modalità di adesione, a dimostrazione dell'interesse per i valori promossi, dell'attualità delle tematiche e dei problemi affrontati e della necessità di fornire risposte in controtendenza al "vivere veloce" ed alla "globalizzazione", fenomeno che, mentre costituisce un formidabile strumento di diffusione di idee ed esperienze, tende altresì, ad attenuare le differenze ed a nascondere le caratteristiche peculiari delle singole realtà con il conseguente rischio di omologazione e perdita di identità.

Certamente le Cittaslow partono da contesti socio-culturali diversi, da realtà sicuramente imperfette, ma sono comunque città vive, in evoluzione, che hanno il coraggio di raccogliere una sfida che lavorano per la sostenibilità e la qualità declinata in tutte le sue forme.

Città che vogliono sperimentare tutte le iniziative di Callo Petrini e di Slow Food.

Tra le iniziative più importanti ci sono:

**Master of Food**: Educazione significa proseguire con i "Master" of Food, di cui scade quest'anno il secondo triennio e che naturalmente intendiamo riproporre per un nuovo triennio significa il nuovo progetto degli orti scolastici, di cui parleremo; significa sostenere e in varie forme la nostra Università, che nel futuro prossimo dovrà trovare nei Coordinamenti Regionali uno dei propri interlocutori privilegiati.

L'Università e i Coordinamenti dovranno stabilire un dialogo costante: perché l'Associazione promuova l'Università, conosca gli studenti, collabori alla realizzazione degli stages.

L'Università diverrà in futuro il punto di riferimento culturale di tutto il movimento e "sfomando" futuri collaboratori e dirigenti di Slow Food. Anche per il tema dell'Educazione credo che sarà fondamentale il lavoro di una Commissione, in grado di riflettere sulle future strategie ed analizzare i problemi attuali per fornire agli organismi dirigenti gli strumenti necessari per prendere decisioni adeguate.

**Orti Scolastici** - Obiettivo: 100 orti nel prossimo anno. Ora in Italia ce ne sono 62. Per arrivare a 100:

- avviare percorso triennale Orto in condotta
- integrare incontri ed esperienze formative negli orti già avviati
- individuare realtà interessanti
- definire i contratti con gli sponsor nazionali
- formare i formatori
- progettare e realizzare il materiale didattico
- realizzare un vademecurn

Si consiglia di privilegiare le scuole che abbiano mense.

Viene data preferenza al nome "grande ortolano" rispetto al nome "nonno ortolano", ai nonni coinvolti nel progetto.

Emerge la proposta di realizzare un vademecurn sulle azioni "pulite" da rafe nell'orto che circoli tra i vari orti.

Si propone di studiare la realizzazione di una iniziativa nazionale (data da definire nel corso del 2007) che raccolga tutte le esperienze realizzate non solo da Slow Food e si ponga l'obiettivo di proporre al Ministero dell'Istruzione il modello educativo dell'orto scolastico come elemento della didattica ufficiale nei programmi scolastici.

I mercati: l'incontro tra produttori e coproduttori.  
Lo scopo deve rimanere quello di raccontare Slow Food.

Occorre rispettare i concetti di buono, pulito e giusto, perciò la comunicazione delle "regole" deve essere nazionale.

Emerge la proposta di far utilizzare ai produttori che partecipano al mercato un marchio immediato (come ad esempio il marchio francese "fermier"), che garantisca che quel prodotto risponde a certe caratteristiche. Nello stesso tempo permette a Slow Food di non dover garantire i prodotti presenti col proprio marchio.

L'8 settembre si è tenuto un incontro presso l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo tra Slow Food Italia, Fondazione Slow Food per la Biodiversità Onlus, Terra Madre, Slow Food editore e l'Università stessa (anche attraverso la presenza di alcuni studenti che stanno realizzando una ricerca a livello internazionale sul tema)

Si è confermato che al Salone del Gusto yerTa portata la prima versione di un vademécum per la realizzazione di un mercato contadini in Italia, frutto anche del confronto e delle decisioni prese nella riunione dell'8 settembre.

Si conferma che il materiale definitivo verrà prodotto dopo il Salone del Gusto, anche in seguito all'incontro ed al confronto internazionali che sono programmati sul tema all'interno di Terra Madre.

La partenza del progetto in Italia, con la realizzazione dei primi mercati, si può quindi considerare a partire dall'inizio del 2007.

**Incontro con i produttori** significa la nostra strategia futura sui Presidi (in Italia, ovviamente), significa il progetto dei mercati contadini ma significa anche la rete di Terra Madre e la sua integrazione nella rete di Slow Food . Questo è forse l'ambito di lavoro più stimolante e affascinante, perché porta a confrontarci con i contadini e con i cittadini allo stesso tempo, a riscoprire le nostre radici e a confrontarci con le contraddizioni del mondo in cui viviamo. Qui ci sarà da divertirsi e da affrontare buona parte di quella complessità di cui tanto parliamo, che vogliamo trasformare in un valore ma che spesso ci tendera trabocchetti.

Credo che di carne al fuoco ce ne sia già parecchia. Tutto quello che ho già detto è già in atto all'interno dell' Associazione, anche se in forme diverse; e tutto quanto sarà in qualche misura presente al Salone del Gusto e a Terra Madre. Questo non significa però che il percorso sia già chiaro e definito. Il Lavoro è proprio quello di fare in modo che tutto ciò sia organico e condiviso.

## INVITO TERRA MADRE

La seconda edizione di Terra Madre sarà caratterizzata dalla presenza di 5000 contadini, allevatori, pescatori, artigiani, trasformatori in rappresentanza di oltre 1500 Comunità del Cibo provenienti da 150 Paesi e si proporrà di rafforzare i rapporti tra queste ed il mondo Della ristorazione di qualità attraverso il coinvolgimento di 1000 cuochi.

Terra Madre porterà tutti questi attori, espressione dei saperi tradizionali, a dialogare sullo stesso piano con i rappresentanti del sapere scientifico, assicurato dalla presenza di oltre 200 Università da tutto il mondo.

Con lo scopo di valorizzare l'ospitalità dell'Italia e le sue genti, la genuinità dei prodotti, il rispetto delle tradizioni e la salvaguardia della biodiversità agroalimentare, la Fondazione Terra Madre ha costituito la "Rete delle Città di Terra Madre".

Grazie alle numerose adesioni le Città hanno dimostrato di capire come le comunità locali sono molto importanti nella costruzione della rete composta da tutti questi soggetti coinvolti a Terra Madre e che insieme possono contribuire ad assicurare all'agricoltura e alla pesca un futuro diverso. Un segnale forte verso una "Nuova Agricoltura" ovvero una filosofia produttiva che punti sulla qualità, sulla biodiversità, sul rispetto dell'ambiente, del benessere animale, del paesaggio, della salute e del piacere del consumatore. Un'agricoltura un po' ecologista e un po' gastronomica che si lasci definitivamente alle spalle il parametro suicida della quantità.

Con la presente Vi invitiamo a partecipare alla presentazione di Terra Madre che avverrà a Torino martedì 26 settembre presso la Sala gialla del Lingotto Fiere alle ore 18,00.

## PROPOSTE PER UN COMMERCIO DI QUALITÀ IN UNA CITTÀ SLOW

La diffusione sempre più capillare di grandi centri commerciali rende indispensabile l'adozione di iniziative tendenti a sostenere forme di commercio alternative, in linea con i principi generali della Carta delle Città Slow (qualità, sostenibilità, identità, coesione sociale).

Ai centri commerciali anonimi e finti, definiti "non luoghi" è necessario contrapporre mercati locali in cui i protagonisti siano i produttori, i contadini.

L'operazione richiede uno sforzo organizzativo non facile.

Da una parte occorre che le Istituzioni garantiscano spazi e strutture adeguati a costo zero, corredati delle necessarie attrezzature igienico - sanitarie.

D'altra parte è necessario selezionare e formare i produttori affinché capiscano l'esigenza di qualità e se ne facciano garanti, siano aggiornati sulle normative che regolano oggi i mercati, siano in grado di valorizzare i propri prodotti e sappiano comunicare.

Questa attività di formazione dei produttori potrebbe essere affidata all'università o a centri di ricerca che vengono così ad assumere un ruolo importante del progetto di riqualificazione dei mercati.

D'altra parte informazione e formazione sono necessarie anche per i consumatori che vanno indirizzati ad acquisire la capacità di valutare realmente la merce, ad apprezzare e ricercare sempre di più la qualità dei prodotti, anche se questo comporta costi maggiori, coinvolti in percorsi di educazione al gusto e nella salvaguardia della propria identità stimolando il senso di appartenenza al territorio.

Per realizzare il mercato locale i contadini, ma anche i pescatori devono essere selezionati valutando l'aderenza alle regole e stabilite, condivise e autocertificate nella filosofia del "buono, pulito e giusto". Essi devono provenire da un'area contigua alla città e vendere esclusivamente i loro prodotti, prevedendo anche canali preferenziali per la vendita diretta ai ristoratori locali.

Nel progetto è previsto il coinvolgimento Slow Food con ruolo di consulenza e informazione di Associazioni del territorio e nazionali come: ANCI,...

Grande attenzione deve essere posta alla naturalità dei prodotti locali, alla stagionalità, alla rintracciabilità e alla freschezza accorciando il più possibile la filiera.

Il mercato locale può assumere una valenza sociale ridando vita ai centri storici e divenendo un luogo d'incontro e di scambio.

D'altra parte contribuisce a ridare dignità e valore a mestieri spesso abbandonati come il contadino ed il pescatore

- Esperienza Piccola Pesca:
- Premio città Slow:

Dopo aver stabilito delle linee guida generali valide per tutti i mercati ma adattabili alle singole realtà è necessario comunicare e mettere in rete tutta la documentazione e le esperienze al fine di aiutare la diffusione delle iniziative.

La vera innovazione è questa: **INVESTIRE PER RIAPRIRE I MERCATI LOCALI.**