Etnico e cuisine du monde: intervista a Chef Kumalè

kumale16ok-1725926-296394-064cf664

Etnico e del mondo. Italiano tradizionale e la nuova cucina asian-veg. Per Vittorio Castellani Chef Kumalè, gastronomade, food writer, giornalista, food designer, «dopo Expo 2015, Milano è diventata il laboratorio d'Italia. Quello che succede qui, se funziona, diventa un punto di riferimento per tutti». Tanto che ci si è trasferito. La cucina sta cambiando e la domanda del settore, sempre più trainata da giovani in cerca di "nuovo" ma anche di ritorno alle tradizioni all'insegna di qualità e filiera, sta mutando le ragioni prime di un mercato sempre più competitivo. «Intanto va fatta una prima distinzione – dice Castellani – si fa sempre confusione quando si parla di "cucina etnica" mentre bisogna parlare di ciò che va sotto il nome di "cucine del mondo" quantomeno all'estero: penso alla Francia, in Inghilterra o nel resto d'Europa, dove questi nomi corrispondono a fenomeni diversi». Ecco dunque le specifiche: «Per cucina etnica vanno intesi quei locali, anche modesti, che solitamente aprono vicino le stazioni o nei quartieri multietnici, ex degradati, in riqualificazione, dove il fenomeno dell'etnico è legato alla sociologia delle migrazioni: le persone, quando emigrano, cercano di mantenere i contatti con il paese d'origine, questo anche con la presenza di locali "pensati" per i migranti che si troveranno fuori dal loro habitat e che invece vogliono matenere i contatti con le loro tradizioni, magari proprio col cibo».

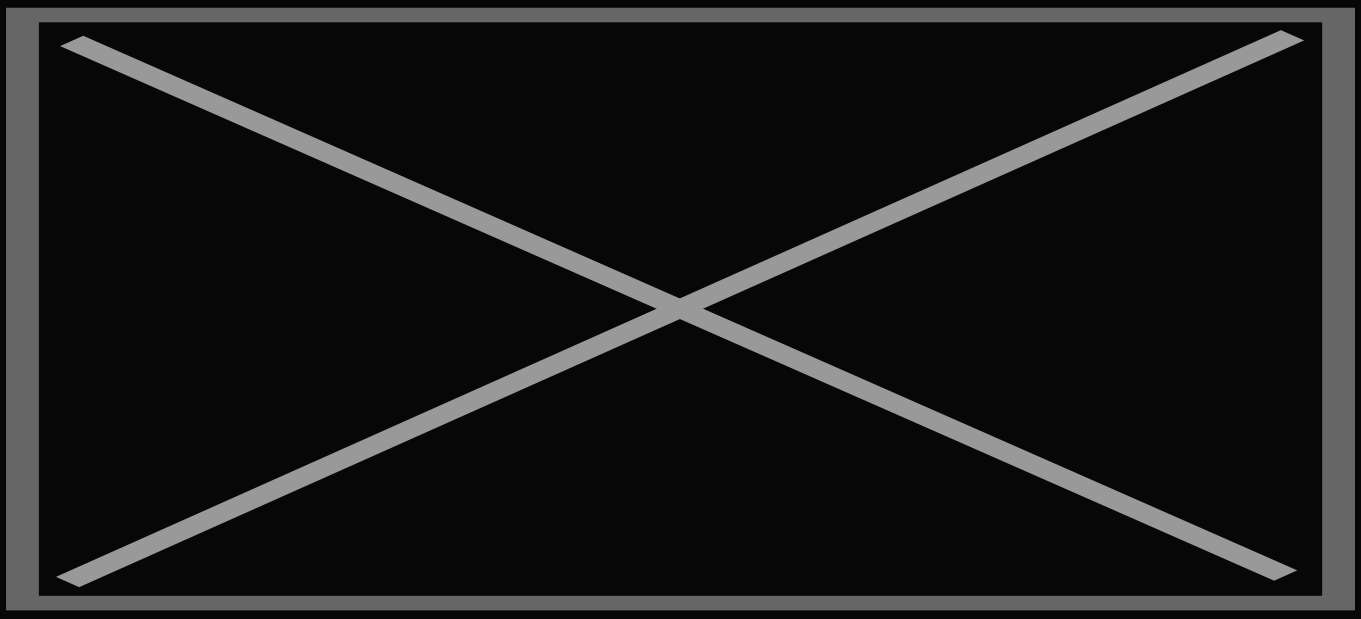
In questi locali, continua Kumalè, «il budget e il servizio sono mediobassi, il profilo e i costi contenuti; il lato positivo è che sono locali fedeli alla tradizione, ci puoi trovare cibi "originali", veri (successe lo stesso agli inizi del Novecento agli italiani in America). Sono ristoranti con un ciclo vitale breve, spesso cambiano gestione, ma si tratta di un settore consolidato. Qui non ci sono grandi novità: parliamo di kebabberie, indo-pakistani, che mantengono comunque posizione». Mentre invece «esistono i ristoranti cuisine du monde – continua Chef Kumalè che proprio del viaggio ha fatto il tratto distintivo della sua competenza ndr – il cosiddetto world food: locali aperti, spesso, da società italiane, con soci stranieri, che attraggono un pubblico cosmopolita. Si tratta di società costituite da professionisti – magari di altri settori: notai, avvocati – che evocano le atmosfere di viaggio, e proprio

sul concetto di “cucina di viaggio” muovono investimenti importanti anche da un punto di vista di design: gli allestimenti sono pensati da architetti, l’enfasi della cucina è spostata sull’atmosfera più che sulla proposta gastronomica, ma ci sono difficoltà a trovare cuochi di alto profilo. L’Italia non rappresenta ancora una meta attrattiva di valore, gli chef preferiscono ancora andare a Londra, Parigi, Berlino, Amsterdam, New York. Da noi la cucina etnica rappresenta ancora un’alternativa di fascia di prezzo medio-basso, anche se qualcosa comincia a muoversi».

LE NUOVE TENDENZE

Giapponese o brasiliano, thailandese, argentino. La qualità si comincia a trovare, dice Castellani parlando del mercato. «Stiamo assistendo a un innalzamento degli standard, un po’ in tutti i ristoranti del mondo. Penso a IYO ristorante giapponese a Milano che ha preso la stella Michelin, ma un po’ tutte le nuove realtà si cominciano a trovare all’interno delle guide certificate, come quelle dell’Espresso; molte di queste nuove location si trovano a Milano ma il fenomeno si sta estendendo ad altre città. È interessante vedere ciò che è accaduto alla cucina cinese dopo la cosiddetta saturazione del settore – troppa offerta e un modello “classico” che prevedeva il simil-cantonese (gli involtini primavera), la formula All You Can Eat e, addirittura, alcuni di questi locali si riciclavano in pizzerie. Oggi invece molti hanno differenziato l’offerta e si stanno aprendo alla cucina del sud della Cina, quella del Sichuan, la “vera” cucina cinese. O la gastronomia wenzhou con le sue uova dei cento anni, le oloturie, l’intestino e le trippe. Il cinese classico è destinato a scomparire – chiosa Chef Kumalè – Stanno aprendo molte raviolerie: locali che mettono le cucine a vista per conquistare la fiducia del consumatore, e adottano prodotti etnici di alta gamma. Alcuni di questi locali usano carni agricole certificate, prodotti agro-alimentari coltivati in Italia; oggi oltre 100 prodotti dal mondo vengono coltivati in Italia con ottimi risultati: i cavoli, per esempio, o le aromatiche. Prodotti etnici a chilometro zero. Penso all’ambito industriale con il riso giapponese coltivato nella Lomellina o il cous cous di Ferrara». E in Italia? «Gli italiani vogliono qualità e tracciabilità della filiera: se dunque la “nuova” cucina cinese sta aprendo ristoranti, o paninerie simil bao di Shangai, anche l’offerta del giapponese non è più solo sushi e sashimi, ma anche e soprattutto ramen restaurant – il Ramen è il popolarissimo piatto di noodles ndr – con brodi molto buoni». Qui le parole-chiave sono: differenziazione, piatti tematici e street food, che ha costi più accessibili e attrae sempre di più il pubblico dei giovani. L’analisi del gastronomade è a 360°: «mentre il pubblico del ristorante etnico indiano era un pubblico adulto con un’età media di 35-55 anni, oggi le cucine più accessibili (prezzo medio, 10 euro) stanno attraendo molti universitari e giovani, età media 25- 35 anni. In generale, mentre sulla cucina italiana c’è un ritorno alla tradizione e alla qualità, si assiste alla rinuncia tecno-emozionale, in favore di un ritorno alle radici, tutte le cucine di contaminazione stanno facendo fatturati alti, in controtendenza alla ristorazione tradizionale. C’è voglia di novità (vengono importati 16.000 nuovi prodotti da cucine del

mondo, fonte: report Expo Union Trade 2015»). Insomma, esplorare le proprie radici, nel rispetto delle tradizioni.



ALTRE FRONTIERE: LA FUNZIONE SOCIALE DELLA CUCINA E IL TURISMO GASTRONOMICO

«Oltre al mio lavoro – che comprende viaggi, corsi, reportage – da qualche tempo mi occupo di progetti di utilità sociale perché il cibo è anche opportunità di integrazione», racconta Castellani, in partenza per un altro viaggio. «Sto seguendo un progetto per Lega Coop che si chiama Nati per soffriggere, una realtà che ha esperienze significative in Italia, soprattutto di catering, che coinvolge e impiega, reinserendole nel mondo della ristorazione, persone che provengono da percorsi altri: si tratta di rifugiati, o di richiedenti asilo». Un'opportunità per sperimentare la contaminazione tra culture diverse, il mondo che verrà. «Diverse ricerche – riporta lo Chef, riferendo dati della Facoltà di Sociologia delle migrazioni di Torino – mostrano come il settore agricolo e la ristorazione siano tra le maggiori fonti di sfruttamento di manodopera. Ciò accade al sud ma anche nei grandi domain piemontesi che impiegano in nero, soprattutto, senegalesi e moldavi». Con Food refugees, invece, racconta Kumalè «facciamo corsi professionali per queste persone, perlopiù concentrandoci sulla formazione delle cosiddette "brigate" più basse: nessun italiano vuole più lavorare ai livelli base in cucina, così c'è bisogno di figure professionali specializzate. Con questo progetto abbiamo già inserito 13 persone, 2 sono state assunte». Un ulteriore valore nobile legato al cibo, che viene da lontano: «penso alle funzioni sociali della cucina di cui parla Ferran Adrià – con la sua cucina molecolare e la cucina al sifone – che, oltre al voler giocare con la consistenza delle materie prime da portare sul piatto, prevede l'integrazione di persone con problemi di salute». È il servizio sociale del cibo che unisce, e non divide, a partire dalla cucina per arrivare sulla tavola. «Oggi si parla molto di turismo gastronomico – chiude Castellani, parlando del Premio Travel per la stampa turistica, del BIT – Si sente sempre più parlare di turismo esperienziale, del resto la gastronomia rappresenta in molti paesi

– San Sebastian, Catalogna, Langhe, la Toscana – uno dei vettori più importanti. Oggi si sceglie una meta, non solo per i monumenti, ma anche per il cibo». L’esperienza di Castellani viene da lontano. «Ho iniziato nel ’91 studiando la cucina mediterranea, sono andato in Sudamerica, in Asia, adesso mi interessa molto la cucina dei paesi scandinavi e dei paesi baltici sui quali ho curato un servizio per RFood di Repubblica: Estonia, Lituania, paesi a noi sconosciuti che, dopo l’uscita dall’Unione Sovietica, diventeranno una meta gastronomica interessante». Nel frattempo, chiude lo chef nomade: «Seguo le aree che si stanno aprendo al turismo internazionale: la Via della Seta, il Tibet e la Mongolia». Il cibo, come cultura.