

Chef

L'uomo che sussurrava alle verdure

La qualità non basta. Bisogna anche saperla comunicare. Attraverso una vicenda esemplare ambientata nel mondo della haute cuisine, *Chef* di Daniel Cohen mette a fuoco alcuni dei temi centrali nel dibattito sulle industrie creative contemporanee. A cominciare dall'interrogativo su come conciliare la creatività individuale con l'inevitabile standardizzazione imposta dalla dimensione industriale.

Gianni Canova
gianni.canova@libero.it

CHEF

Regia: Daniel Cohen

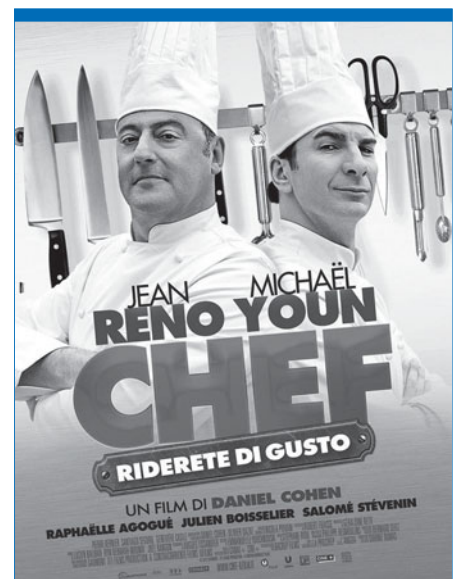
Interpreti: Jean Reno, Michaël Youn

Francia, 2012

Jackie, trentenne, sposato, in attesa di un figlio, è un fondamentalista della gastronomia, un integralista della cucina. Per lui cucinare non è né un lavoro né una necessità, quanto piuttosto un'arte: una delle forme attraverso cui l'animo umano può arrivare più vicino all'idea di perfezione.

Lui, per esempio, le verdure non le pela, non le lava, non le taglia. Lui le ascolta. Sussurra alle carote, ausculta le zucchine, accarezza le cipolle. E trae da ogni ingrediente il sapore più prelibato, l'aroma più intenso, il gusto più suggestivo.

Purtroppo, però, il suo talento mal si concilia con la necessità di lavorare in anonime *brasseries* scalcagnate, che offrono cibi veloci ed economici a una clientela di bocca buona che considera il pasto solo come una necessità di riempirsi il ventre. Ad avventori che bramano bistecche al sangue e patatine affogate nell'olio fritto, Jackie prepara manicaretti che solo lui sembra apprezzare, col risultato che viene ogni volta puntualmente licenziato. Finché non incontra lo chef per antonomasia, Alexandre Lagarde, per anni divo incontrastato della *haute cuisine* parigina, ma ora in procinto di essere a sua volta licenziato dalla società che ha acquisito il suo ristorante e che vorrebbe modernizzare non solo il locale ma anche il menù che viene proposto ai clienti. Tra sapori e disastori, equivoci e fornelli, stoviglie e degustazioni, *Chef* di Daniel Cohen, interpretato da Jean Reno e Michaël Youn, fa della gastronomia una metafora del mondo. E offre numerosi spunti di riflessione sul ruolo della creatività nella struttura economica e produttiva della nostra società. Ne discutono Severino Salvemini e Gianni Canova.



G.C. Il film sfrutta indubbiamente il grandissimo successo mediatico che sta avendo in questo momento la cucina di alta gamma per gli chef-star e va visto come l'ultimo anello di una catena che comprende film (*Ratatouille*, *Fuori menu*, *Soul Kitchen*, *Julia and Julia*), così come le lezioni in tv di Gordon Ramsey o Jamie Oliver o format come *Masterchef* o *La prova del cuoco*.

S.S. Rispetto ai titoli o ai format che tu citavi, *Chef* mi sembra però che abbia una marcia in più. Soprattutto per la lucidità con cui affronta temi centrali come la reputazione professionale, la successione in un'organizzazione molto (troppo?) centrata sulle persone, la crisi creativa alle soglie dei sessant'anni. Prendiamo proprio il personaggio di Alexandre Lagarde, famoso chef pluristellato, che ha ceduto il marchio a una catena guidata da un manager rampante, più incline a fare i soldi che a salvaguardare l'alta qualità, e che strizza l'occhio ai nuovi dettami della cucina molecolare proposta dal cuoco spagnolo Ferran Adrià...

G.C. ... nella sua storia si esprime il tipico dilemma delle *industries* culturali: da un lato la nuova proprietà che vorrebbe crescere dando spazio a un metodo più industriale, dall'altro lo chef che difende il valore "autoriale" del suo brand...

S.S. Tema davvero emblematico. Spesso negli ultimi anni i grandi ristoratori si sono interrogati sull'alternativa se crescere dimensionalmente (raggiungendo la soglia dell'impresa economicamente significativa, come nel caso dell'americano Mario Battalli o del franco-statunitense Daniel Boulud) oppure rimanere ancorati alla piccola scala, che consente di controllare personalmente la qualità del cibo e del servizio. Il più delle volte i grandi chef – anche per una loro incultura economica e manageriale – non riescono da soli a fare il salto verso la grande impresa e ri-

cercano un'alleanza con il capitale finanziario (un socio patrimonializzato o un fondo di private equity) per progettare uno stadio di sviluppo importante. Ciò li obbliga a intraprendere una strada di standardizzazione e di globalizzazione che può anche snaturare la storia personale dello chef originario.

G.C. È il classico tema di quanto possano conciliarsi la grande serie (condizione economica di base per la crescita verso le grandi dimensioni) con la creatività dell'artista svettante (quale quella del grande chef rinomato e celebrato anche dal mondo dello spettacolo). Tema non dissimile da ciò che si ritrova nei settori della moda o del design (lo stilista o il designer e le necessità del prêt-à-porter o del mobile non prototipale).

S.S. Il film sottolinea abbastanza bene il conflitto tra il cuoco e l'azienda spersonalizzata ("Fino a prova contraria, sono io che creo qua!", afferma stizzito il personaggio interpretato da Jean Reno). E in questo potenziale conflitto giocano una parte fondamentale i critici gastronomici che – anch'essi senza una profonda cultura industriale – privilegiano il "piccolo è bello" come formula che garantisce meglio qualità e servizio, di fatto condizio-





nando la decisione di non crescere e di rimanere pigmei (è il caso dei ristoranti italiani, tra cui pochissimi hanno deciso di replicare il proprio esercizio ristorativo, di fatto mancando il bersaglio di contribuire al sistema del made in Italy).

G.C. Il vecchio Lagarde, prigioniero della sua vecchia scuola, impantanato in un momento di crisi creativa, ha bisogno di nuovi spunti cognitivi e non sa dove reperire nuove idee. Per di più la cucina molecolare (rappresentata nel film da improbabili mousse di rafano fosforescente o petti d'anatra in cubetti) è troppo lontana dalle sue tradizioni francesi per poterlo motivare ed entusiasmare. E tuttavia ha la sensibilità per riconoscere – soprattutto di fronte a se stesso – di aver trovato un degno successore. La vecchia scuola si contamina con le nuove idee del giovane cuoco: l'anziano è flemmatico, il giovane esuberante e azzardato. I due si completano a vicenda. Il che ci spiega come ormai la creatività sia sempre più un lavoro di team, di collettivo, perché più talenti hanno una visione migliore del mondo e un livello di cross-fertilizzazione più efficace.

S.S. La “contaminazione”, tuttavia, è solo

un passaggio. Subito dopo Lagarde lascia.

E lo fa quando sente di aver trovato un erede. Uno che conosce il suo lavoro e il suo metodo meglio di quanto non lo conosca lui stesso. Forse perché bisogna accettare che siano gli altri a dirci chi siamo e a conservare memoria di noi. Il padre del manager che aveva cercato di far fuori Lagarde si rende conto invece che il figlio non è pronto, non è maturo, e lo mette al lavoro ai fornelli. Lo retrocede, gli impone la “gavetta” formativa. La morale è chiarissima: l'eredità non si trasmette mai meccanicamente di padre in figlio. È piuttosto qualcosa che va ogni volta conquistata e meritata. Soprattutto se si tratta di eredità professionale.

G.C. Un'ultima notazione sull'erede, Jackie: nel film è accusato di essere un copista, uno che fa karaoke creativo. E lui certo è uno che imita, prende spunto, omaggia, cita, ripropone. Ma se la creatività oggi fosse soprattutto questo: un infinito remix del già fatto e del già noto? In fondo, anche fare un film è come cucinare. *Chef*, non a caso, è un film rosolato, impanato, emulsionato, insaporito esattamente come avviene a un piatto di Lagarde. ■