

## Al Mercato

L'altro giorno al mercato, abbiamo, non volendo, assistito ad un breve colloquio, quasi un alterco, tra un'ortolana, che vendeva la sua verdura e un cliente che più o meno suonava così: *"Quanto costano?"*; *"Tot euro al chilo"*; *"ma costano meno alla Coop...!"*; *"E allora ... valli a comprare alla Coop ..."*. Il colloquio, ai limiti del diverbio, è banale, ma può essere significativo per capire ... Intanto bisogna tratteggiare i personaggi e posizionarli nel contesto. Il mercato di cui si parla è uno di quei mercati settimanali, che si celebrano in ogni paese e che una volta la settimana occupano la piazza più grande. In questi mercati si vende un po' di tutto, ma soprattutto vestiario e generi alimentari. Tra i generi alimentari la frutta e la verdura sono spesso i generi più importanti. Questo forse dipende proprio dal fatto che i mercati settimanali erano nati con questo scopo: con lo scopo di permettere ai produttori (i contadini) di vendere direttamente i propri prodotti. Le famiglie dei mezzadri spesso avevano anche il permesso dalla fattoria per poter effettuare questo piccolo commercio. Insieme alla verdura, le massaie portavano al mercato anche polli (vivi) e uova. La vendita di questi prodotti permetteva di incassare quel po' di denaro liquido, che amministrato dalle donne di casa poteva servire per le piccole spese extra: in genere si trattava dell'acquisto di stoffe per il corredo delle figlie femmine, il cui destino, nell'organizzazione della famiglia mezzadrile, a differenza di quello dei figli maschi, era di sposarsi e lasciare la famiglia di origine.

Il mercato settimanale in origine era solo questo: chi produceva portava i suoi prodotti in piazza e chi ne aveva bisogno li comprava. Ancora oggi i mercati sono rimasti settimanali, ancora oggi i mercati sono frequentati, ma nella stragrande maggioranza, la merce che vi si trova non è stata prodotta da chi ce la offre. I banchi dei vestiti sono spesso gestiti da cinesi e se pure

non è così si tratta sempre e comunque di capi industriali. Anche nei generi alimentari i prodotti sono quasi sempre gli stessi, comuni anche alla grande distribuzione e anche nei grandi banchi di frutta e verdura si trova sempre di tutto, esattamente come sugli scaffali del supermercato. Se si va la mattina presto al mercato quando i banchi vengono allestiti ci si rende conto che l'approvvigionamento avviene con autocarri refrigerati e che i vari prodotti vengono smistati con i transapallet esattamente come avviene nei grandi magazzini. In definitiva la merce è la stessa; quello che cambia è solo il contesto: qui siamo in piazza, ma anche il rapporto umano è diverso: qui vediamo in faccia chi ci vende il prodotto e siamo portati ad associare il prodotto alla sua faccia, senza che ci si possa rendere conto che neppure lui che lo vende conosce il prodotto, visto che l'ha appena acquistato.

Nella stragrande maggioranza dei casi quindi, il mercato settimanale è un bluff, nel senso che vi si acquistano, con modalità diverse, le stesse cose e gli stessi prodotti che può offrire la comune grande distribuzione. Ma forse il mercato per molte persone, che non ne hanno altre è un'occasione di svago di incontro e di socializzazione; da questo punto di vista ben venga il mercato, anche con le sue contraddizioni; ma non era di questo che volevamo trattare.

Cercando bene, nei mercati settimanali, dopo un po' di esperienza e aver conosciuto le persone a volte si riesce a trovare delle piccole realtà ancora originali, ancora straordinariamente genuine, come se fossero riemerse da vecchie fotografie in bianco e nero. Sono i veri produttori quelli che portano al mercato solo la loro produzione, solo quello che sono riusciti a raccogliere nel loro campo. A questa categoria di vecchi contadini che ancora, con grande fatica vengono al mercato, si è affiancata una

---

nuova generazione di “imprenditori agricoli biologici” (non ci viene altra definizione); questi sono personaggi sicuramente meritevoli di considerazione, perché spesso, sono arrivati alla terra provenendo da altre esperienze di lavoro, completamente diverse. Purtroppo, nonostante la buona volontà, tutto questo si nota, perché, contadini, nel senso più nobile del termine, ci si nasce, oppure ci si diventa, ma ci vuole tanto, tanto tempo. Questa seconda categoria di persone sono in genere i protagonisti e gli animatori di quei mercati della terra, della filiera corta, a chilometri zero, di tutte quelle iniziative che fortunatamente stanno diventando sempre di più una realtà culturale, da considerare positiva per tutti noi.

Ma il contadino, nato contadino, che ha sempre fatto il contadino si vede, ed è diverso. Intanto sa tutto delle cose che vende, perché le conosce, sono figlie del suo lavoro. Di fronte al mondo, al futuro, ha un atteggiamento determinato da anni di esperienza, anche se fatalistico e distaccato perché condizionato dal tempo, dalle stagioni e perché no? ... dai supermercati.

Il colloquio a cui abbiamo accennato all'inizio è avvenuto proprio ad uno di questi banchi superstiti dei mercati originari, quasi fossili. I titolari sono due coniugi anziani che, una volta la settimana, portano al mercato quello che il loro grande orto produce. Ci sono delle settimane, con la cattiva stagione, che non vengono neppure al mercato. Il cliente, quel signore che aveva preso un sacchetto di fagiolini, freschissimi e di stagione, si era meravigliato del prezzo, che gli era sembrato alto addirittura paragonato a quello della Coop. Può darsi anche che avesse ragione, e che al supermercato i fagiolini costassero un po' meno, ma non avrebbe forse dovuto meravigliarsene. È chiaro che la grande distribuzione fa riferimento ad un'agricoltura industrializzata che ammortizza le spese generali, ma è anche vero che molto spesso, e non sappiamo se sia il caso dei fagiolini, si tratta di prodotti di importazione da paesi dove la mano d'opera è a più basso costo, oppure dove, anche in Italia purtroppo si utilizza mano d'opera costituita da braccianti extracomunitari spesso sottopagati. Questo tipo di approccio commerciale mette in ginocchio le piccole produzioni locali, che non riescono a trovare la giusta retribuzione, né al

proprio lavoro, né ai modesti investimenti effettuati o da effettuare nell'azienda.

C'è anche da dire, e non è argomento di poco conto, che la qualità del prodotto non è quasi mai paragonabile. I fagiolini del Supermercato, prima di arrivare nel loro cestello, in bella mostra sullo scaffale, affrontano lunghi viaggi, stazionano per giorni nelle celle frigorifere e subiscono trattamenti meccanici di vario tipo per essere puliti, pesati e confezionati. I fagiolini dei nostri contadini invece vengono colti dalla pianta (e cogliere i fagiolini uno ad uno è un lavoro comunque lungo e faticoso) e con la stessa cesta usata nel campo vengono portati al mercato (mezz'ora di viaggio).

E allora il battibecco tra l'ortolana e l'avventore diventa un segnale, un segnale preoccupante, perché anche il cliente era persona matura, con i capelli bianchi, ma non era riuscito ancora a capire che forse era giusto, ammesso che fosse vero, che i fagiolini del contadino per forza di cose dovessero costare di più di quelli della Coop. Il ragionamento che faceva dentro di sé, forse inconsciamente, poteva essere di questo tipo: “Ma come! Io vengo qui al mercato, in mezzo alla strada, rinuncio all'aria condizionata, alla possibilità di scegliere il tipo dei fagiolini, al pacchetto incellofanato, alla possibilità di comprare insieme ai fagiolini anche il sale, il pepe, la carta igienica e lo stasalavandini, rinuncio ad incrementare la raccolta dei punti per avere il servizio da quattro tazze in porcellana, ebbene dopo aver rinunciato a tutto questo, vengo qui in mezzo alla strada, su questo banco traballante e i fagiolini costano di più?” In tutto questo suo ragionamento la qualità del prodotto non ha avuto il minimo rilievo, perché nel nostro mondo “televisivo” non conta la sostanza, ma conta l'apparenza. La televisione ci ha abituato a valutare le cose sulla base di come appaiono e non di come sono.

Invece anche nella risposta decisa e diretta dell'ortolana: “E allora valli a comprare alla Coop ...” bisogna cogliere l'aspetto vero, autentico e fiero di un popolo di contadini, che non scende a compromessi, che non spiega e non cerca di convincere, ma che, sapendo di essere nel giusto, continua tranquillamente per la sua strada, abbandonando al loro destino gli stupidi e gli ignoranti.

PITINGHI