

Non di solo Sindaci vive Città del Pane

Ad un anno e mezzo dalla costituzione dell'associazione il presidente Maurizio Marchetti fa un primo bilancio

Curioso: si dice che siamo un popolo di pastasciuttari. Ma un' "Associazione di Città della pasta" ancora non esiste. Se fosse una gara, ha vinto il pane: l'altro modo, forse più essenziale, certo non meno inventivo e sostanzioso, per manipolare due ingredienti semplici quali la farina e l'acqua per associarli a qualsivoglia companatico.

Per farla breve, l'Associazione "Città del Pane" c'è: è stata costituita nel 2002 e conta attualmente 34 aderenti. Così anche il pane è ora identificato come protagonista di obiettivi di marketing territoriale.

Dice bene Corrado Barberis, Presidente dell'INSOR, l'Istituto Nazionale di Sociologia Rurale che ha curato il preziosissimo Atlante dei Prodotti Tipici, quando spiega che, mentre gli altri volumi dell'Atlante sono indicati al plurale – *i salumi, i formaggi, le conserve* – in questo caso si usa il singolare: *il pane*. *"I pani – afferma il professor Barberis – sono le vie attraverso le quali si persegue un unico e assoluto concetto: il pane"*. Questo alimento, cibo per antonomasia, ha una capacità evocativa che probabilmente non possiede alcun'altra vivanda: non la pasta, certamente, ma neppure, che so, il vino o l'olio. Anch'essi appartengono sia alla nostra che ad altre culture, ma non hanno quel carattere di universalità, di globalità, intrinseco in questo prodotto di forno. L'acqua forse. L'acqua, sì: ma essa, nella nostra percezione, è una cosa sola. Acqua, appunto.

Il pane, invece! Il pane si esprime poi con una sorprendente molteplicità di nomi, di impasti, di modalità di cottura, di forme, di colori, di odori, di consistenze e, *least but not last*, di sapori. L'Atlante dell'INSOR censisce duecento tipologie. Tante? Eppure i ricercatori hanno adottato un criterio rigido e restrittivo, avendo riunito assieme non solo quelle localmente indicate con sinonimi, ma anche le forme diverse di uno stesso impasto. Con meno severità nel recepire *"l'eccezionale testimonianza di genio combinatorio tra tecniche, forme e lessico"*, i panificatori stimano un catalogo di non meno di 1.500 pani. E sempre Barberis ricorda che, a significare l'eccezionale fantasia creatrice dei fornai, nella sola provincia di Bolzano si riescono a contare ben 125 pani diversi: *"in parte eredità di un passato gelosamente conservato, in parte frutto di una straordinaria, crescente capacità creativa"*.

Ecco perché scegliere il pane come prodotto su cui incardinare una politica di valorizzazione di tipicità alimentare e, assieme, culturale e territoriale, è un'intuizione dalle notevoli potenzialità.

L'idea associativa nasce ad Altopascio e già, una quindicina di giorni dopo la costituzione dell'Associazione, la ventina di soci fondatori di 'Città del Pane' organizzano senza indugi la presenza al Salone del Gusto di Torino. Pochi mesi dopo, nel febbraio del 2003, eccoli di nuovo al BIT di Milano ospitati, come associazione, nello stand di 'Città del Vino'. Al BIT fanno il bis anche quest'anno, mentre l'elenco dei soci aderenti è già salito a 34. *"Il ritorno si comincia a vedere subito – dice Maurizio Marchetti, che di 'Città del Pane' è presidente – Non solo per comuni importanti, per i capoluoghi di provincia come Mantova e Ferrara, o per quelli qualificati che magari hanno già chiesto ed ottenuto l'IGP, come Genzano; anche per quelli piccoli, per i minuscoli borghi montani con meno di 500 abitanti. Il legame fra prodotto tipico e territorio, anche nel caso del pane come già per altre risorse enogastronomiche, funziona benissimo"*.

Osservo che comunque l'elenco dei soci, forse anche per problemi di rigore selettivo, è ancora molto al di sotto di quello che si potrebbe presumere con un occhio all'Atlante dell'INSOR e uno alla lista dei prodotti di forno tradizionali riconosciuti dal Ministero delle politiche agricole.

"Un attimo – replica Marchetti – Intanto, molti altri comuni stanno perfezionando l'adesione. Chiaro, essi devono rappresentare un territorio che abbia una storia e una particolare tipicità legata al pane, e su questo siamo esigenti. Ma lo sa qual è il vero problema? Il problema è che

alcune realtà hanno avuto un interesse iniziale; poi, per problemi amministrativi o con il cambio delle amministrazioni, si sono raffreddati. Stiamo riprendendo i rapporti piano piano”.

Emerge così una questione che a Marchetti sta giustamente molto a cuore. *“Vede – dice – certo che il primo approccio lo abbiamo fra assessori o con i sindaci, ma per dargli continuità io ritengo che sia necessario trasferire il rapporto anche sul funzionario”.*

Il presidente di ‘Città del pane’ individua così una questione, un fattore di debolezza che, peraltro, ha riscontrato sussistere anche presso le altre associazioni d’identità, soprattutto in quelle più giovani: essendo strutture molto variegata ed estesamente distribuite sul territorio nazionale, i messaggi e le iniziative che partono dall’esecutivo sono di lenta assimilazione. *“Nel 2003 abbiamo fatto due assemblee generali di tutte le città: l’ultima a Mantova. Ne faremo un’altra entro giugno. Ma questo non significa automaticamente che in alcune realtà resti forte la difficoltà di assumere le iniziative promosse dall’esecutivo, di sposarle subito, di portarle avanti al passo con le altre città”.* Soluzione? Marchetti, che ad Altopascio è assessore ai Lavori Pubblici, Cultura e Turismo, non ha dubbi. *“Bisogna ragionare nell’ottica che il politico cambia, il funzionario resta. Perciò, già lo scorso anno, abbiamo fatto un master legato non agli amministratori elettivi, ma ai dipendenti dei comuni aderenti. Abbiamo individuato i funzionari nelle varie amministrazioni locali e ne abbiamo riuniti una ventina per un giorno e mezzo. È così che si eliminano le disfunzioni a livello di collegamento: creando una rete di funzionari. È importante avere l’assessore o il sindaco; ma assessore e sindaco oggi ci sono, domani no. Più importante è quindi che si instauri anche un rapporto diretto fra coloro che gestiscono e sono detentori del know how sulla tipicità. Questo è l’anello debole, oggi, della comunicazione fra le amministrazioni. Ecco perché occorre coinvolgere tutti i funzionari”.*

Convincente. Queste riflessioni, comunque, non impediscono affatto a intraprendere iniziative pubbliche anche particolarmente impegnative, come la ‘Giornata del pane e del miele’ indetta per l’8 maggio assieme all’associazione gemella ‘Città del miele’ e alle organizzazioni dei panificatori e degli apicoltori, col patrocinio della Presidenza del Senato e del Ministero delle Politiche Agricole. Ed ancora, già si pensa ad individuare una ‘Giornata del pane’ che abbia il riconoscimento ufficiale del governo e diventi ogni anno un’occasione di festa nella quale programmare sulle piazze degustazioni delle varietà di pane tipico, aprire i forni al pubblico, promuovere visite guidate, ed magari organizzare vendite di prodotto, destinando il ricavato a significative iniziative di solidarietà.

Viene da chiedersi se questo infittirsi di manifestazioni promozionali ideate e realizzate attorno ai vari prodotti tipici non risultino alla fine troppo concorrenziali fra loro. Marchetti non è però di questa opinione; riconosce un problema di eccessiva prolificità di organismi che non sempre sembrano muoversi con propositi e traguardi strategici realisticamente conseguibili. *“Per questo occorre individuare obiettivi concreti, dare un senso alle attività che si intraprendono. Ma non esiste conflittualità fra associazioni che, come la nostra, si muovono attorno ai diversi prodotti tipici legati ai territori e che in essi abbiano la loro profonda ragion d’essere. Come ho detto, al BIT noi ci siamo presentati assieme a ‘Città del vino’ e l’appuntamento dell’8 maggio ci vede lavorare in strettissima collaborazione con ‘Città del miele’. Le sinergie sono quindi utilissime: direi senz’altro indispensabili. Per questo il progetto di ‘Res tipica’ ci ha trovato immediatamente favorevoli”.* Ed anzi, l’esperienza di associazioni che hanno maggior storia dà impulso a nuovi obiettivi da perseguire. Sul modello delle strade del vino e di quelle dell’olio, si sta pensando di attrezzare dei percorsi legati al pane. In alcune regioni il numero dei soci è troppo ridotto, ma in altre ciò è già possibile: la stessa Toscana sarebbe già in grado di attuarlo. In tal modo si identificano le diversità territoriali del prodotto, anche marcate, all’interno di una stessa area regionale.

Se la promozione del territorio legato alle tipicità dei prodotti è ovviamente lo scopo principale di questa come delle altre associazioni d’identità, non mancano altri compiti che essa si è data statutariamente per operare a maggior tutela della qualità del pane. Uno degli strumenti a disposizione è il conseguimento del marchio IGP; prima della costituzione dell’associazione

l'avevano ottenuta solo la coppia ferrarese ed il pane casareccio di Genzano; numerosissimi sono invece i tipi di pane iscritti, su proposta delle Regioni o delle due Province autonome, nell'elenco delle specialità tradizionali del MIPAF. Ma riuscire ad ottenere il riconoscimento europeo, per quanto riguarda il pane, risulta particolarmente difficile, poiché il disciplinare esige che gli ingredienti provengano dal territorio stesso in cui esso viene prodotto. *“Il problema è che ormai la farine locali, in certe zone, sono scarse o perfino inesistenti. Su questo dobbiamo lavorare nelle singole realtà, assieme ai panificatori, iniziando ad ottenere una serie di marchi di qualità: in alcuni casi si tratterà di marchi collettivi, in altri casi della stessa IGP. Abbiamo per questo impostato una convenzione con DINTEC, la società consortile tra Unioncamere ed ENEA istituita per per la raccolta, la diffusione della normativa tecnica e la promozione della cultura della certificazione e della qualità: essa è adesso a disposizione di tutti i soci dell'Associazione per definire, nelle singole realtà, i disciplinari di produzione. È un lavoro appena cominciato e che, naturalmente, avrà un cammino lungo. Alcune realtà stanno già lavorandoci; per altre, torniamo al discorso di prima: occorre un po' di tempo perché anch'esse possano assimilare questo aspetto della qualità”*.

Sul fronte del recupero delle caratteristiche di qualità dei pani tipici, perdute con l'abbandono delle tradizioni del passato, il discorso sarebbe lungo e complesso. Si pensi alle varietà nostrane di cereali impiegate nella prima metà del '900 ed oggi introvabili (e, faccenda non meno grave, si consideri il fatto che le attuali farine nazionali sono mescolate con 'grani di forza' nord-americani, a scapito della qualità); si pensi alla tecnica di mietitura meccanica ed a secco subentrata a quella manuale, con perdita dell'umidità favorevole alle fermentazioni; si pensi alla molitura a cilindri (alto numero di giri), subentrata a quella a palmenti (bassa macinazione), con eliminazione del germe del grano – cioè della porzione nutrizionalmente più ricca – e danneggiamento della rimanente parte amidacea, a scapito di una ottimale fermentazione; si pensi soprattutto alle tecniche di lievitazione, che oggi impiegano il veloce lievito di birra, con conseguente fermentazione alcolica, impedendo quella fermentazione acido-lattica che, attraverso la lievitazione naturale, conferiva in passato le migliori caratteristiche del pane sia dal punto di vista dell'odore e del sapore che della conservabilità e, soprattutto, della sua digeribilità. Per non parlare delle successive tecniche di lavorazione e cottura...

Per intraprendere iniziative anche su questi fronti, delicati e complessi, le 'Città del Pane' dovrebbero contare su risorse economiche attualmente indisponibili. *“Sicuramente – dice il presidente Marchetti – ci sono problemi di finanziamenti: fino ad oggi siamo andati avanti con le quote associative, ma non sono evidentemente sufficienti. Stiamo perciò cercando di reperire altre sovvenzioni, ma l'associazione è giovane...”*.

L'associazione è giovane, appunto. Si muove con pragmatismo, un passo alla volta. Dopo appena un anno e mezzo di vita, il bilancio vede una crescita capace di consolidare i risultati acquisiti.

Quel discorso sulla rete di funzionari specializzati sulle tipicità e sul marketing territoriale va tenuto particolarmente d'occhio: è una intuizione pertinente, in grado di irrobustire il progetto che le 'Città del Pane' si son date. È da lì che verranno i risultati migliori.

Filippo Radaelli

Comuni aderenti a Città del Pane

Adria	RO Veneto
Agerola	NA Campania
Altopascio	LU Toscana
Bondeno	FE Emilia Romagna
Busca	CN Piemonte
Busseto	PR Emilia Romagna
Cantiano	PU Marche
Castelletto Uzzone	CN Piemonte
Castelvetrano	TP Sicilia
Cerchiara di Calabria	CS Calabria
Ferrara	FE Emilia Romagna
Genzano	RM Lazio
Ghemme	NO Piemonte
Gonnosfanadiga	CA Sardegna
Laterza	TA Puglia
Lecce	LE Puglia
Maiolo	PS Marche
Mantova	MN Lombardia
Modica	RG Sicilia
Montaione	FI Toscana
Montemagno	AT Piemonte
Montesegale	PV Lombardia
Montespertoli	FI Toscana
Ozieri	SS Sardegna
Padula	SA Campania
Pellegrino Parmense	PR Emilia Romagna
Pontremoli	MS Toscana
Sant'Angelo Lodigiano	LO Lombardia
Savigliano	CN Piemonte
Senigallia	AN Marche
Stradella	PV Lombardia
Triora	IM Liguria
Villaurbana	OR Sardegna

**Pani e prodotti derivati iscritti nell'elenco del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali
su proposta delle Regioni e delle Province Autonome**

DENOMINAZIONE UFFICIALE DEL PRODOTTO TRADIZIONALE	Amministrazione proponente
1. apfelbrot (pane di mele)	P.A. Bolzano
2. bozza pratese (pane di prato)	Toscana
3. fela struzn (pane a forma di ferodi cavallo)	P.A. Bolzano
4. focacce di ricotta - cozzulas de regottu - pane e regottu	Sardegna
5. hirtenbrot (pane del pastore)	P.A. Bolzano
6. palabirabrot (pane alle pere)	P.A. Bolzano
7. pane a lievitazione naturale	Marche
8. pane a lievitazione naturale (pani cu cruscenti)	Sicilia
9. pane al miele di cerzeto	Calabria
10. pane cappelli (maiella)	Abruzzo
11. pane carasau, pane carasatu, carta da musica	Sardegna
12. pane casareccio	Molise
13. pane casareccio aquilano	Abruzzo
14. pane casareccio di Iariano	Lazio
15. pane casareccio, pan casalen	Emilia-Romagna
16. pane casereccio	Calabria
17. pane casereccio (della val bormida)	Liguria
18. pane cicci, pane di desulo	Sardegna
19. pane comune	Lombardia
20. pane con gerda - pani cun edra - pani cun erda	Sardegna
21. pane con il pomodoro - pani cun tamatica - fogazza cun tamatica	Sardegna
22. pane con la giuggiulena	Calabria
23. pane con le olive bianche e nere	Lazio
24. pane con le patate	Abruzzo
25. pane con le patate (con purea di patate)	Lazio
26. pane dei camaldoli	Campania
27. pane di altopascio	Toscana
28. pane di ascoli satrignano	Puglia
29. pane di castagne	Calabria
30. pane di chianocco	Piemonte
31. pane di chiaserna	Marche
32. pane di grano duro	Puglia
33. pane di iurmano	Campania
34. pane di laterza	Puglia
35. pane di mais	Veneto
36. pane di mais di novara	Piemonte
37. pane di matera	Basilicata
38. pane di molche - pam de molche	P.A. Trento
39. pane di montecalvo	Campania
40. pane di montegemoli	Toscana
41. pane di padula	Campania
42. pane di pasqua di borgopace	Marche
43. pane di pasta dura	Lombardia
44. pane di patate	Calabria
45. pane di patate della garfagnana	Toscana
46. pane di patate di pignone (pan de' patate)	Liguria
47. pane di po', signano e agnino	Toscana
48. pane di pomarance	Toscana
49. pane di pontremoli (focaccia pontremolese)	Toscana
50. pane di rignano	Toscana
51. pane di riso	Lombardia
52. pane di riso di novara	Piemonte
53. pane di s. giuseppe	Sicilia
54. pane di san gaudenzio	Piemonte
55. pane di san sebastiano	Campania
56. pane di san siro	Lombardia
57. pane di saragolla	Campania
58. pane di segale	Piemonte
59. pane di segale di canolo	Calabria
60. pane di semola di grano duro (pane nero di monteromano, di allumiere)	Lazio
61. pane di strettura	Umbria
62. pane di triora	Liguria
63. pane di vinca	Toscana
64. pane dolce di meliga e mele	Piemonte
65. pane d'orzo	Liguria
66. pane d'orzo - pane 'e oxiu - pane 'e oxru	Sardegna
67. pane 'e cariga - pane 'e mendula	Sardegna
68. pane giallo	Lombardia
69. pane guttiau	Sardegna

70. pane integrale al forno a legna	Lazio
71. pane marocco di montignoso (pane marocco, pane merocco)	Toscana
72. pane mistura	Lombardia
73. pane nero di coimo	Piemonte
74. pane rustico di gavenola (pane rustico di gavenola; pane rustico integrale di gavenola)	Liguria
75. pane schiacciato, batàro	Emilia-Romagna
76. pane toscano	Toscana
77. panèra	Liguria
78. parrozzo molisano (pane rozzo)	Molise
79. pindl (pane di segale a tre coppie)	P.A. Bolzano
80. pucce, uliate, pane di semola, pane di orzo	Puglia
81. püces (pane ladino)	P.A. Bolzano
82. schuttelbrot (pane di segale duro)	P.A. Bolzano
83. schwarzer weggen (filone integrale)	P.A. Bolzano
84. spianada - spianata - cozzula - panedda	Sardegna
85. torta di pane	Piemonte
86. vinschgauer struzn (pane della val venosta a forma di ferro di cavallo)	P.A. Bolzano
87. zelten, celteno o pane di frutta	P.A. Trento

Fonte: Mipaf, <http://www.politicheagricole.it/QUALITA/TIPICI/ProdottiTradizionali>

La presente selezione è stata realizzata ricercando nell’elenco dei prodotti classificati come “Paste fresche e prodotti di panetteria, pasticceria, biscotteria e confetteria” tutti quelli direttamente riportanti la denominazione ‘pane’: sono necessariamente rimasti esclusi, quindi, i prodotti che, pur sostanziandosi in tale alimento, sono espressi con la sola espressione dialettale. Si è invece ritenuto di includere i prodotti tradizionali nei quali il pane appare impiegato come ingrediente.