

La tradizione Armando Gambera ricercata

Chi ha scritto che la tradizione altro non è che una bella innovazione ci ha azzeccato in pieno. L'ha scritto in tempi non sospetti, quando sulle tavole era ancora possibile distinguere fra prodotti industriali e prodotti artigianali. L'innovazione consisteva nell'apportare quelle modifiche tecnologiche atte a confezionare un qualche cosa che soddisfacesse di più il piacere del gusto, nel pieno rispetto della filiera produttiva di quel particolare manufatto.

Ad esempio, se una volta la temperatura di coagulazione di un formaggio la misuravi mettendo un dito nel latte, adesso fai uso del termometro; se le fascelle per dare forma alla cagliata erano di giunco, adesso puoi usare quelle di materiale plastico; e via elencando. Una maggiore pulizia quindi, una maggiore cura dell'ambiente che si traduce poi nel maggior rispetto per la forma di formaggio che deve maturare e diventare adulta.

Accanto a questi aspetti importanti ma pur sempre formali, c'era nell'applicare l'innovazione un'attenzione massima per la materia prima. Quindi scelta della razza animale, dei pascoli e dei foraggi, della sanità del latte e soprattutto latte crudo, perché è soltanto da esso che si ottiene il meglio della produzione casearia. Questa innovazione continua ad essere praticata e rientra nel solco delle consuetudini, conferisce attualità alla tecnica e modernità al gusto. Altro non fa che rendere dinamica la tradizione, modellarla all'estetica del gusto o, se volete, farsi interprete di una nuova estetica.

La terza strada

Molti sono i produttori e i consumatori che si sono avvicinati a questa interpretazione della tradizione, ma accanto a loro esiste tuttavia una minoranza di puristi amanti dell'ancien regime, ovvero della tradizione statica, ancorata

ad usi e costumi di antica memoria. Ma pretendere di pigiare coi piedi l'uva o di maturare i formaggi nelle stalle, significa commettere un atto di mala interpretazione del concetto di tradizione, significa essere dei nostalgici ancorati a gusti che più che al piacere dell'assaggio rimandano al ricordo della gioventù quando tutto era bello, buono, ecc.

Tuttavia, senza considerare questa frangia di estimatori del vecchio che va per un sentiero sempre più in salita, adesso si è aperta una terza strada che segue un'altra interpretazione di innovazione della tradizione. È per così dire un'interpretazione estensiva di innovazione, che comprende anche il prodotto industriale della grande catena distributiva. Basta una confezione allusiva al territorio, un particolare momento della catena produttiva, una pubblicità sfrontata, e il gioco è fatto. Complice il consumatore che dovrebbe leggere o leggere meglio l'etichet-



ta, o comunque informarsi su ciò che mangia almeno tanto quanto s'informa sulle griffe di magliette, pantaloni e mutande. Ma tant'è, il cibo non s'indossa, non fa tendenza. Fatto sta che in commercio si trovano molti prodotti industriali che occhieggiano alla tradizione, non disgiunta dalla qualità, senza che in realtà nulla abbiano a che spartire né con l'una né con l'altra.

La qualità diventa il falso viatico del consumatore alla ricerca del prodotto. Non c'è cibo in scatola, congelato, trasformato, che non si appelli alla qualità. Anche il latte di cui non si conosce la provenienza diventa di qualità se supera alcuni parametri fisico-chimici e tecnologici. Ma la qualità vera non sta innanzitutto sulla certificazione dell'origine della materia prima? Pseudo qualità quindi legata a pseudo tradizione.

PAT, prodotti agroalimentari tradizionali

A questo punto entrano in gioco i PAT, ovvero i Prodotti Agroalimentari Tradizionali. Nascono come una specie di antidoto contro questa situazione di degrado. A dire il vero esistono da tempo DOP, IGP e IGT a fare da barriera, ma la nascita dei PAT è un chiaro segnale di inversione di tendenza a largo raggio, almeno nelle intenzioni,

essendo poche attualmente le stesse DOP e IGP.

Così le regioni italiane hanno prodotto i loro elenchi di PAT riscoperti nei vari settori merceologici: frutta, verdure, pane, formaggi, carni, pesci, salumi e via elencando, per nove categorie, le stesse delle DOP e delle IGP. La Regione Piemonte ne ha catalogati 336, ma qual è la regola fondamentale che permette di decidere quando e come un prodotto alimentare diventa PAT? Basta che sia riscontrata la sua produzione per 25 anni, con una continuità di tecniche ed uso di materie prime, in un territorio più o meno ampio.

È chiaro ed evidente che i PAT assurgono a trampolino di lancio per l'eventuale successiva DOP. Mentre da una parte questa nuova situazione rappresenta senz'altro una conquista sul piano della tradizione e della qualità, dall'altro occorre anche riscontrare l'enorme difficoltà, anche economica, per far approdare un prodotto alimentare alla DOP. Ciò è successo recentemente alla Tinca Gobba Dorata del Pianalto di Poirino, ma molti altri ottimi prodotti continuano a rimanere al palo: la Salsiccia di Bra, ad esempio, e tra i formaggi, il Toumin dal Mel e la Robiola d'Alba.

Sulla Robiola d'Alba permetteteci un piccolo commento da parte

di chi ha visto questa piccola perla delle Langhe svilirsi anno dopo anno, diventando spesso un anonimo prodotto industriale alla stregua delle tante formaggette da spalmare, poco appetibili nella fattura e nel gusto. E' pur vero che la PAT, pur estendendo la produzione a tutta la provincia di Cuneo e consentendo l'uso di latte vaccino al 100%, cerca comunque di privilegiare quelle autoctone provenienti dalle Langhe di Alba, a latte misto, tuttavia tutto è demandato al produttore e di conseguenza al consumatore. Rimane la Robiola o Tuma di Bossolasco, per la quale vige il vincolo del latte misto, vacca e pecora.

Formaggi fra tradizione e innovazione

Sul mercato trovate la formaggetta "Bossolasco di pura pecora" prodotta dall'azienda agricola Monte Robiglio di Massimo Giordano di Bossolasco. Ho assaggiato le prime formelle uscite a metà febbraio, fresche del primo latte di pecora dell'anno. Di colore bianco madreperla, di pasta compatta, senza occhiature, profumavano ancora di latte ed in bocca erano gradevolmente dolci.

Pur essendo iscritto al Consorzio di Tutela del Murazzano, Massimo preferisce chiamare questa particolare produzione di tome di Langha con un nome di fantasia. Siamo al di là delle DOP e delle PAT che il nostro produttore non vuole affatto disistimare con questo suo gesto. Vuole invece dare un'impronta di massima territorialità alle sue robiole, con profondo rispetto alla tradizione pur usando tecnologie moderne, seppure semplici, improntate alla ricerca di gusti autentici.

La semplicità traspare dall'etichetta "a latte crudo", con tre ingredienti: latte crudo di pecora, sale, caglio. Nella tecnica di produzione forse la novità sta nei tempi di cagliatura più lenti con leggera acidificazione del latte. Tecni-



ca più vicina alla Robiola di Roccaverano che non al Murazzano. Si tratta di due tecniche parallele, usate dai tempi più lontani in terra di Langa: basta una valle per separarle.

Del resto, le contaminazioni sono già avvenute presso le generazioni trascorse. Così mi dice Silvio Pistone, autore di un altro gioiello prodotto a Borgomale, sopra Alba. La parziale coagulazione acida terminata col caglio che accelera la formazione della cagliata sta alla base della produzione della sua "Tuma 'd fè". Tale tecnica l'ha imparata da un anziano del posto e anche in questo caso tradizione e innovazione vanno perfettamente a braccetto. Basta visitare innanzitutto il suo ovile dove una cinquantina di pecore stanno a loro agio, a pochi metri dai pascoli di Borgomale. Poi il piccolo laboratorio e il locale di stagionatura. Silvio si diverte anche a fare formaggi di fantasia, dalla paste rotte ai pecorini stagionati.

Più rispettoso della tecnologia del Murazzano è Claudio Adami della cascina Raflazz di Paroldo, in alta Langa. Claudio chiama il suo fiore all'occhiello "Tuma di pecora delle Langhe" e fa parte dell'omonimo presidio Slow Food. Potrebbe chiamarlo semplicemente Murazzano a pieno titolo, ma con questo nome preferisce marchiare le robioline a latte misto, pecora e vacca. Una chiara scelta e un chiaro messaggio: questo è l'autentico formaggio delle alte Langhe, a latte crudo di pecora al 100%. Nei suoi ovili stazionano nei mesi invernali circa 200 pecore che da primavera in poi pascolano libere sui prati vicini all'azienda. Da Claudio vale la pena non solo la visita per l'assaggio e l'acquisto di formaggi che si collocano tra i migliori del comprensorio albese, ma per l'ottima cucina della moglie Anna e della figlia Roberta che gestiscono l'agriturismo con camere annesso. E poi la vista delle Langhe che scendono verso Ceva è splendida e vale un week-end.

Gli equilibri del Castelmagno

A seguito della richiesta presentata dai comuni di Valgrana e Montemале (e a quanto sembra caldeggiata anche da alcuni autorevoli membri della Comunità Montana Valle Grana) di poter entrare nella zona di produzione di questo autentico "re dei formaggi", si è pronunciato il Consorzio di Tutela del Castelmagno, che rappresenta le quattordici aziende associate situate nei tre comuni appartenenti all'area geografica stabilita dal disciplinare di produzione: Castelmagno, Pradleves e Monterosso Grana.

Spiega il vicepresidente del Consorzio – Evanzio Flandrino – che questa proposta porterebbe alla svendita di un prodotto di nicchia: "Venderemmo il Castelmagno ai prezzi del "nostrale" e del Raschera". Cosa già in parte avvenuta nel 2003, quando furono realizzate 36.000 forme di contro le 31.000 di media degli anni successivi: un eccesso, rispetto alla richiesta di mercato, che portò al crollo dei prezzi.

Attualmente, in base alla stagionatura (da tre a dodici mesi) il Castelmagno, all'ingrosso, costa dai 13 ai 17 euro al kg ed è rivenduto al dettaglio intorno ai 22-30 euro il kg.

"Nel 2007 abbiamo prodotto – sottolinea Flandrino – 32.000 forme, un quantitativo ideale per mantenere un giusto rapporto qualità-prezzo. Impossibile mettere sullo stesso piano un'azienda che lavora a 1.700 metri d'altitudine con una ventina di capi in media e un'altra di pianura con duecento animali. Sarebbe concorrenza sleale".

C.B.

Screening genetico per la Fontina valdostana

Conosciuta e apprezzata in tutto il mondo, la Fontina della Valle d'Aosta rappresenta oggi un business per allevatori e caseifici valdostani con numeri di tutto rispetto: 350.000 forme da 8/9 chilogrammi prodotte annualmente e una Cooperativa di 300 soci che fattura all'anno 20 milioni di euro con vendite all'80 per cento nel Nord Italia e un 10 per cento all'estero (percentuale in continua crescita).

Ma proprio all'estero compaiono etichette ad hoc che scopiazzano il prodotto ed ecco sul mercato apparire "Fontanina", "Fontina del Wisconsin", "Montanina" fino alla "Fontina Argentina". Ora la Valle d'Aosta per contrastare questo proliferare di contraffazioni si è affidata agli ultimi risultati della ricerca biologica.

"Si può risalire – spiega il docente dell'Istituto Agricolo Regionale, Andrea Barmaz – al patrimonio genetico dei batteri lattici autoctoni per stabilire se il formaggio analizzato è stato prodotto, come impone il disciplinare di produzione della nostra Fontina, da vacche valdostane. Il nostro istituto, in collaborazione con centri svizzeri di ricerca, è stato il primo a mettere a punto la nuova strategia chimico-biologica a difesa della biodiversità della Fontina della Valle d'Aosta. Lo screening genetico, che sarà applicato non solo alla Fontina, ma a tutto il paniere dei prodotti tipici regionali, tra i quali il Lardo di Arnad, il Fromadzo, il Jambon di Bosses e i vini della doc Valle d'Aosta, unitamente ad altre tipologie di analisi chimico-fisiche, può rappresentare la prova decisiva per smascherare e denunciare le imitazioni che ormai affollano i mercati internazionali".

C.B.