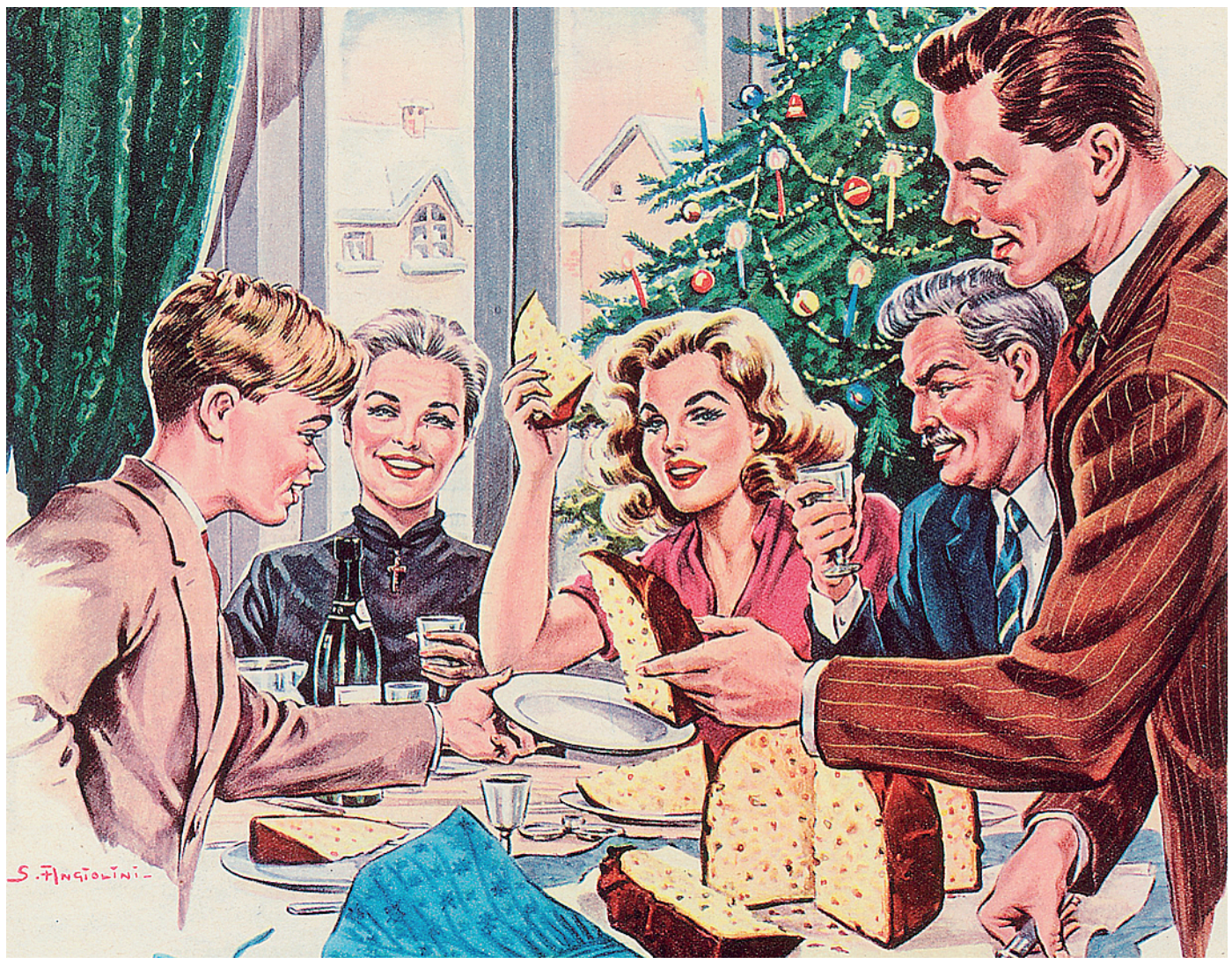
I PRIMI CENTO ANNI DEL PANETTONE

Nel 1919 Angelo Motta da Gessate imprimeva al dolce natalizio la forma con cui si è diffuso in tutto il mondo. Era solo l'inizio della storia di un capitano d'industria fuori dal comune che oggi riposa nel famedio con i milanesi illustri

FRANCESCO SOLETTI



Angelo Motta ha lasciato il segno anche nella pubblicità: dai manifesti affissi ovunque alla televisione dell'epoca di Carosello

Il panettone compie cent'anni. Ma come? Il Natale non è festività degli albori cristiani? Eppure, per quel che riguarda questo suo simbolo, le cose stanno proprio così. L'anno di nascita del panettone si fa corrispondere all'apertura della pasticceria di un certo Angelo Motta, classe 1890, da Gessate, un tempo campagna e villeggiatura verso l'Adda, oggi capolinea di una delle metropolitane milanesi.

Figlio di un cocchiere e di una lavandaia, Angelo è precocemente avviato al lavoro di prestinaio, ma ci vuol poco perché passi alla pasticceria. Si capisce che ha già le mani in pasta, come si suol dire. Peccato, però, che sopraggiunga la Grande Guerra, dall'Isonzo al Piave, ma in qualche modo quel giovane dai tratti volitivi la sfanga.

Al suo rientro mette insieme il premio di congedo e i risparmi della mamma per avviare un'attività in proprio, due vetrine affacciate alla via della Chiusa, che a quel tempo era sulla cerchia dei Navigli all'altezza dell'antico Molino delle Armi. Il panettone esiste già, ma non è quello che conosciamo.

In trent'anni l'attività passa da artigianale a industriale arrivando a quasi 5mila dipendenti

Significativa anche l'apertura di negozi di tendenza

Leggende e realtà

Certo, ci sono leggende che ne circostanziano l'origine con una dovizia di dettagli che però risulta sospetta, suggerendo perfino curiose etimologie per il nome, ma di fatto non è che uno di quei pandolci bassi e compatti che si producono in vari luoghi per antica tradizione natalizia. Dalla nuova pasticceria milanese esce però qualcosa di sorprendente: Motta infatti punta soprattutto sulla lievitazione, ripetendo più volte l'impasto e sostenendone la crescita in un pirottino alto. Così il panettone acquisisce quella nobile leggerezza che ne decreta il successo e costringe tutti all'imitazione. Ed è per questo che il 1919, anno di tale esordio, viene considerato l'inizio della sua più recente storia.

Alemagna e Baj

Di lì a due anni aprirà anche l'azienda di Gioacchino Alemagna, che per Motta sarà l'antagonista di una vita: guai a nominarlo, ma quando si parlava della "concorrenza" ci si riferiva soprattutto a lui. Una competizione virtuosa. Tra gli altri produttori, un certo Enrico Baj, titolare di una raffinata confetteria in via Santa Radegonda, angolo piazza del Duomo; il marchio merita citazione sia per il primato d'anzianità, attivo dal 1768, ma soprattutto perché due discendenti, Cesare e Tomaso, acquisiti alla città di Como, hanno recentemente ripreso la produzione.

Non è la prima volta che sotto Natale si assiste a manovre così disinvolte. Era già toccato a Babbo Natale, rivisitazione della leggendaria figura di Santa Klaus, alias San Nicola, tant'è che a presentarcelo sotto le sue più recenti spoglie sembra essere stata la Coca-Cola Company. D'altra parte questa evenienza è implicita nel termine "tradizione", dal latino tradĕre, che significa "consegnare" ma anche "tradire" (Luca 22: 47-48), ovvero che non è pensabile passaggio senza cambiamento. Basta considerare gli svariati e bizzarri panettoni del giorno d'oggi.

Ai suoi tempi Motta, però, porta una vera rivoluzione. Nel giro di trentanni l'attività passa infatti da artigianale a industriale, arrivando a quasi cinquemila dipendenti, ma non si tratterà solo di questo. Significativa è anche l'apertura di negozi che vanno bene al di là del concetto di punto vendita: locali eleganti con collocazioni tali da farli divenire punti di riferimento della mondanità cittadina.

Il più rappresentativo, oggi si direbbe il "flagship store", apre nel 1928 in piazza del Duomo, all'ingresso della Galleria: progetto di un architetto di grido, Melchiorre Bega, e interni di sorprendente modernità. Lo stesso progettista favorirà lo sbarco nella ristorazione di viaggio, sull'esempio degli Stati Uniti: il più celebre dei Motta-grill, una spettacolare struttura a ponte sull'autostrada del Sole, sarà a Cantagallo, poco oltre Bologna. Altro settore dove Motta lascia il segno è la réclame, come la chiama lui, dai manifesti affissi a ogni superficie alla televisione nell'epoca di Carosello, un'epopea nella quale verrà accompagnato da fuoriclasse della comunicazione.

M come Milano e Mussolini

Nel 1934 è Severo Pozzati, in arte Sepo, a creare la lettera marchio che diventerà una costante aziendale, dapprima scarlatta, poi blu oltremare: M come Motta, ma anche come Milano, perciò spesso abbinata all'immagine del Duomo; una M con le sue grazie, ispirata alla firma dell'industriale, con le stanghette delle doppie consonanti riunite in un unico tratto, a sua volta stilizzata nelle insegne di negozi e fabbriche. Nel 1936, il commendator Motta, fresco di onorificenza, accompagna Mussolini in visita alla fabbrica e si racconta che quella M così stentorea non lascia indifferente il duce.

Poi verrà Dino Villani, pubblicitario dai leggendari colpi di genio, come il "Premio Bontà" che consiste nella somma di 25mila lire da assegnare nella notte di Natale al protagonista di un atto di solidarietà umana. La giuria è composta da nomi noti della cultura milanese: Orio Vergani, Paolo Monelli, Cesare Zavattini... Uno dei casi più singolari riguarda una contessa, Augusta Rasponi del Sale, «una infaticabile signora che si trova in miseria perché ha speso tutta la sua ragguardevole ricchezza in soccorso dei bambini».

Per far conoscere il panettone fuori dalla stretta cerchia milanese Villani farà in modo che i vincitori di tappa al Giro d'Italia e poi anche al Tour de France vengano premiati con un panettone da 15 chili. E al colmo della sfacciataggine s'inventa di punto in bianco la tradizione della colomba per far girare gli impianti anche per Pasqua.

Negli anni Cinquanta l'ufficio propaganda della Motta pubblica un libretto, "Elogio del Panettone", che lo incensa alla maniera dei più celebri poeti italiani: «Tanto maestoso e tanto onesto pare lo panettone nel suo dolce aspetto...» solo per dirla con Dante Alighieri. Verranno poi gli anni del Mottino, che poi diventerà Buondì, la prima merendina con targa italiana; e del Mottarello, il gelato fiordilatte ricoperto, con lo stecco da passeggio, all'americana; e poi tutta un'altra serie di prodotti, dai crackers agli snacks che danno il senso dell'evoluzione aziendale.

Ironia della sorte, Angelo Motta morirà d'infarto il 26 dicembre 1957, la mattina di Santo Stefano, che per un produttore di panettone dovrebbe essere il primo giorno di sollievo dopo un periodo infernale.

Aveva appena passato il Natale in famiglia, nella casa di fronte allo stabilimento di viale Corsica e non poteva essere altrimenti per un capitano d'industria del suo stampo. Il "Corriere della Sera" era uscito con le consuete due colonne in terza pagina dedicate al Premio Bontà e la leggenda vuole che il suo promotore abbia reclinato il capo proprio su di esse.

I quattro patroni

I quotidiani milanesi dedicheranno le prime pagine a quel pasticcere che si è fatto da sé, per non dire dei necrologi che giungono da concittadini di ogni ceto. Dulcis in fundo, è proprio il caso di dirlo, il nome di Motta viene iscritto al Famedio, il luogo dei milanesi illustri al Cimitero Monumentale. E nel recinto consacrato, la sua tomba sarà vegliata da quattro santi: Biagio, Benedetto, Ambrogio e Carlo Borromeo, rispettivamente patroni del pane, del lavoro, di Milano e della Lombardia; sintesi di una vita.

APPROFONDIMENTO

Francesco Soletti 60 ANNI, DOCENTE

IL PROF LAGHÉE E UN'ICONA DEL '900

Francesco Soletti, laghée classe 1959, è un docente della facoltà di Sociologia dell'Università di Milano Bicocca. Attento alle trasformazioni del paesaggio, sia naturale che umano, si interessa particolarmente delle icone che ne caratterizzano i periodi. Al pari della Vespa e della Cinquecento il panettone rappresenta l'Italia del boom economico. "Non c'è Natale senza panettone", ovvero un panettone per tutti, è uno slogan che ha accompagnato la storia mediatica della Motta, tornata in mani italiane nell'ambito del gruppo Bauli in tempo per celebrare degnamente il suo primo centenario. Per l'occasione è stato infatti pubblicato un volume d'alta gamma, "Motta 1919-2019: cento anni di avanguardia e modernità", edito da Utet e consultabile online sul mottamilano.it