

Verso le feste

Il valore del prodotto artigianale

Il vero panettone Lievito madre e 30 ore di lavoro

Tradizione. Nel grande laboratorio di Beretta Il Fornaio Sforinati 10mila solo a dicembre. Fatti come una volta

COMO
SARA DELLA TORRE

Nelle quattro settimane che precedono il Natale e durante il periodo festivo, il laboratorio di via Tentorio di "Beretta Il Fornaio" a Como produce 180 quintali di impasto dolciario. Di questo il 60% si trasforma in "Nuvola", il dolce alla marmellata inventato dal titolare Giuseppe Beretta per salutare l'anno Duemila, il restante 40% diventa panettone, re indiscusso e immancabile delizia della tavola delle feste.

Tradizionale, al cioccolato, all'ananas, la produzione del dolce più atteso dell'anno arriva, per l'azienda comasca, a oltre diecimila pezzi prodotti nel solo mese di dicembre. Un lavoro artigianale svolto senza tregua, realizzato dalle mani di dieci dipendenti professionisti dell'arte del pane e della pasticceria, che si passano il testimone nella cura di un ingrediente, l'unico che fa la dif-



«I clienti cercano un'emozione e solo l'artigianalità sa regalarla»

ferenza rispetto alla produzione industriale: il lievito madre. Infatti, accanto al burro, alle uova, allo zucchero e alla farina di tipo 00, il lievito madre ha un ruolo fondamentale per ottenere fragranza e qualità, oltre al giusto grado di acidità che è il segreto per apprezzare il risultato finale.

«Riuscire ad avere un buon panettone non è così scontato - spiega il titolare dell'azienda nata a Como negli anni Cinquanta, oggi presente sul territorio con quattordici negozi di prodotti da forno - ci vuole il giusto tempo di fermentazione, utile per l'impasto e ci vuole anche una grande capacità di lavorazione della pasta dopo che è stata fatta fermentare, continuando a correggere il grado di acidità quando è necessario. Teniamo sempre in laboratorio due lieviti madre, nel caso in cui uno possa andare male. Si arriva addirittura a richiederlo ad un collega, se qualcosa va storto. Si lavora sempre con grande abilità e attenzione. Nell'industria, tutto questo procedimento non viene eseguito. L'industria si aiuta grazie all'uso della chimica, con pro-

dotti che agiscono per mantenere costante il livello di acidità. In questo modo, si trovano facilmente ottimi panettoni a prezzo contenuto, ma con qualche accorgimento che non segue un procedimento naturale».

Per fare un panettone tradizionale ci vogliono trenta ore di lavoro. Giorno e notte, tra lavorazione e fermentazione. In nove passaggi, si passa dal peso degli ingredienti alla realizzazione di un panettone nella sua confezione pronto per la vendita. Il primo impasto è un'operazione semplice, che avviene attra-



Giuseppe Beretta

verso un'impastatrice a spirale. Dopo la prima fermentazione c'è il passaggio più complesso, dentro la macchina "tuffante", che impone un controllo attento dei livelli di acidità, per definire gusto e "bontà" del panettone. E, per questa ragione, il costo di un panettone tradizionale si aggira tra le 25 e le 30 euro al pezzo.

«Dieci anni fa davanti alla produzione industriale così aggressiva e a basso costo, ho pensato di sospendere la mia e di non realizzare più panettoni. Poi ho cambiato idea, im-



Il momento chiave è l'impasto dopo la prima fermentazione FOTO BUTTI



La preparazione dei biscotti natalizi

maginando un prodotto che suscitasse un'emozione e puntando sul concetto di artigianalità e genuinità dei prodotti. Sono stato capito dai clienti e la mia produzione è aumentata». Si comincia a realizzare panettoni a luglio con una produzione che si aggira attorno ai cento pezzi al mese. In queste settimane che si avvicinano al Natale, invece, l'attività è frenetica: si passa dai 7/8 quintali al giorno di impasto fino ai 16. Il panettone tradizionale con uvette e canditi è quello

che piace di più, ma anche i due gusti, al cioccolato e all'ananas, hanno una buona richiesta. La scelta riguardo al peso ricade più spesso sul panettone da mezzo chilo. Anche se la possibilità di scelta è varia: dal mezzo chilo ai cinque. E poi c'è l'asso nella manica: il dolce a forma di stella, creato apposta per Natale con lo stesso impasto morbido della "Nuvola". «Rimane il dolce che ho nel cuore - conclude Beretta - forse perché è nato dalle mie mani».

La scheda

90 dipendenti e fatturato in aumento

Laristrutturazione dei negozi, il collegamento di via Tentorio alla Pedemontana, il boom turistico in centro a Como. Questi alcuni dei fattori che il titolare Giuseppe Beretta, con i suoi novanta dipendenti, individua come elementi determinanti per la crescita dell'attività in questi ultimi anni sul territorio. Il fatturato dell'azienda, infatti, registra un incremento del 5%. L'aumento del flusso turistico in città ha aumentato le vendite dei prodotti sul banco dei dolci e il panettone è tra i più gettonati. «Il panettone - dice il titolare della "Beretta Il Fornaio" - è richiesto anche in estate, perché il turista non ne fa una questione di tradizione. È attirato solo dal dolce. Per questa ragione, iniziamo la produzione del pane natalizio a luglio. Un centinaio di pezzi al mese, che ci vengono richiesti dai vari negozi, in particolare quello di piazza Boldoni, il più gettonato da chi viaggia. Mentre in via Tentorio, da quando abbiamo la via aperta, abbiamo un via vai continuo. Ci sono poi le richieste on line che arrivano un po' da tutti i paesi europei: sono gli stessi viaggiatori che, soddisfatti del prodotto, richiedono la spedizione del dolce per Natale».

L'esperienza diretta dell'imprenditore comasco è confermata dai numeri istituzionali. Secondo i dati della Camera di commercio di Milano, il comparto dei dolci offre lavoro a oltre 25 mila addetti in Lombardia, +9,8% in dieci anni, in quasi 5 mila imprese attive. Un business che supera i 2 miliardi all'anno.

Su 5 mila imprese lombarde 1.253 sono di donne, 405 di giovani e 476 di stranieri. In Italia su 40 mila imprese, 12 mila sono di donne, 4 mila di giovani e 2 mila di stranieri. Sono 40.483 le imprese attive in Italia nella produzione e commercio di prodotti da forno, stabile in cinque anni, un comparto che offre lavoro a circa 167 mila addetti +9% in cinque anni. Prime in Italia Napoli con 2.427 imprese dolciarie, +7,7% in cinque anni, seguita da Roma con 1.875, +6,7%, Milano con 1.875, +5,2%. S.DEL.

Un brand che profuma di storia La sfida (vinta) di farlo rinascere

Il progetto

Tomaso Baj, designer, ha dato una nuova vita alla storica attività di famiglia iniziata a Milano nel 1768

Non solo un dolce artigianale. Il panettone Baj è storia, arte e cultura. E' soprattutto una lunga storia di affetto tramandata da padre in figlio, che nasce nel 1768 e che Tomaso Baj, ultima generazione, ha raccolto, per passione e per sfida.

«Non siamo pasticceri - esordisce Baj -, personalmente sono un designer appassionato di marchi aziendali. Per questa mia inclinazione, ho pensato di rispolverare il marchio di famiglia legato alla produzione di panettoni, ritrovato in un vecchio baule e di riprovare a rea-

lizzare l'antica ricetta utilizzata nell'Ottocento per la produzione del dolce milanese. Una produzione del Panettone Baj in versione XXI secolo, capace di unire i pregi di una ricetta con due secoli e mezzo di età alle più moderne tecniche di produzione. Per curare tutti gli aspetti produttivi sono stati coinvolti alcuni dei massimi esperti del settore dolciario, persone con decenni di attività alle spalle proprio nel settore del prodotto da forno, in grado di gestire ai massimi livelli la scelta degli ingredienti e il controllo di qualità, nel rispetto della ricetta originale. Un tentativo, nato quasi per gioco, tre anni fa, è diventato un prodotto artigianale che, nel periodo natalizio raggiunge la produzione di diecimila pezzi e che facilmente si può trovare in al-



Tomaso Baj con Nicola Guastadisegni del Rotary FOTO LUCA MICHELLI

cuni negozi tra alimentari e pasticcerie di Como. Una storia lunga più di un secolo, raccolta attorno ad un prodotto dolciario che è stato da sempre simbolo di Milano. Giuseppe, nel 1872, aprì in Piazza del Duomo a Milano la Confetteria Baj,

punto vendita di un'intensa attività di produzione e commercio di panettoni, cioccolato e altri prodotti dolciari, in un «grande stabilimento a forza idraulica ed a vapore».

Dopo diversi passaggi generazionali, dal secondo dopo-

guerra, il dolce milanese conobbe un vero boom, ma si deve arrivare al 2016 per assistere alla ricomparsa del "Panettone Baj", realizzato secondo la ricetta originale, da parte degli eredi Cesare e di suo figlio Tomaso. «È chiaro che la ricetta è stata adattata al tempo in cui viviamo - racconta Baj -. Nell'Ottocento il panettone era un pane ricco. Oggi deve essere realizzato con quantità di ingredienti corrette anche per essere confezionato e distribuito».

La rinascita del "Panettone Baj" ha permesso di giocare anche sulla confezione, arricchita da un piccolo libro che spiega l'origine del dolce. «L'idea nasce dal fatto che siamo editori e ci è sembrato bello poter raccontare la storia dei prodotti che mettiamo in vendita», specifica Baj. E tra le possibilità di acquisto ci sono anche dolci tipici comaschi come il "Mataloc" e la "Resta", oltre alla colomba, tipico dolce pa-

squale. Ognuno corredato dalla propria storia attraverso il libro, gradita idea non solo rivolta ai turisti, ma anche per gli stessi comaschi.

Un progetto, quello del panettone Baj che va oltre la produzione dolciaria e si allarga verso una direzione di più ampio respiro. «La produzione del panettone ci ha permesso di ripercorrere la storia del marchio. Ecco perché abbiamo allestito una mostra in Galleria a Milano sul marchio Baj e la nostra produzione è spesso a sostegno di iniziative di be-

neficenza. Abbiamo lavorato in collaborazione con Rotary Foundation, con la Fondazione Oncologia Niguarda Onlus e tante altre associazioni benefiche e culturali. Non è stato facile comunicare il valore del prodotto, ma siamo soddisfatti del successo dell'iniziativa, che non ci aspettavamo così rapida, partendo da piccole risorse».

S. Del.