

FESTE IN TAVOLA



Particolari di «La vanità della ricchezza» di Ludovico Pozzoserrato (Treviso) e a destra «Le nozze di Cana» di Carlo Bonomi (Ferrara)

# Mille miliardi in bocca per un «dolce» Natale

Natale dolce per la bocca, ma salato per la tasca. La previsione di spesa per panettoni, pandori, torroni e tutte le altre specialità «minori» è di 500 miliardi, il 15% circa dell'intera spesa nazionale per dolci vari. Nella «grande bouffe» tradizionale è il panettone a far la parte del protagonista. Alla fine della stagione preparatoria (le aziende cominciano a fabbricare panettoni in primavera e smettono a ottobre - novembre) sono stati sfilati in frigorifero 400.000 quintali del tradizionale dolce milanese. D'altra parte, le stime dell'Associazione Industrie dolciarie (Aidi) danno a quest'ultimo una quota del 53% dei consumi. Il pandoro, invece, si attesta in seconda posizione, ma a diverse lunghezze dal capofila: se ne sono prodotti 280.000 quintali.

Qualche anno diffonde i dati relativi alle variazioni nei consumi dei prodotti natalizi, coglie anche le tendenze nei gusti dei consumatori. La fedeltà alla tradizione è un dato sempre più chiaro: gli italiani preferiscono panettoni e pandori tradizionali, anziché specialità più o meno fardate o avvolte di cioccolato. Lo stesso avviene per il torrone, in cui il 70% degli acquirenti sceglie quello bianco tradizionale e solo il 10% le «specialità». La fida industria può sbizzarrirsi quanto vuole, ma troverà sempre, in questo caso, chi la supera. Le piccole aziende locali, i pasticceri artigiani fanno la loro parte, puntando su un concetto di tradizione più profondo e «campanilistico», oppure sulle fantasie sfilose, preparando panettoni che sono tali di nome e molto meno di fatto. I produttori si fanno felicemente la guerra a colpi

## Pane tondo di pura razza meneghina



Perché porta questo nome? Il panettone «nasce» dal nome o dal signor Toni? Leggenda vorrebbe che il panettone milanese derivasse il suo nome da «pan de Toni», in omaggio a un garzone innamorato della figlia del «prestinaio». Pressappoco quanto avviene per il pandoro: secondo la voce popolare, un marinaio di origine veronese sottrasse dalle Indie, invece dell'oro, la ricetta per un dolce che avrebbe dato ai suoi concittadini più felicità dell'oro medesimo.

Un'altra versione, quella della storica Ottorina Perna Bozzi, vuole che panettoni derivi da «pan de ton», ossia pane di particolare importanza, di «tono» o meglio «bon ton». Pare che un tempo il dolce avesse la forma di pane vero e proprio, e che la sera di Natale il capofamiglia lo tagliasse e lo distribuisse ai membri della sua famiglia con i migliori auspici per l'anno a seguire. Che con il tempo la ricetta del panettone si sia sempre più complicata, al punto di rendere impossibile o quasi riprodurlo in casa, lo testimonia un grande della gastronomia, Pellegrino Artusi. Nel suo ultratrascurato ricettario, «La scienza della cucina e l'arte del mangiar bene», Artusi

## Ritratto di matrimonio in un torrone

Miele, mandorle, albume montato a neve: questi i semplici ingredienti del torrone, uno dei dolci che sta conquistando un piccolo momento di gloria, dovuto al sapore di «tradizione» che oggi è assai in voga. Una tradizione che risale, forse, alla notte dei tempi: c'è chi dice che sia di origine araba, con gli stessi ingredienti e l'aggiunta di spezie, importato tal quale a suo tempo dai veneziani che scambiavano ogni tipo di merce con l'Oriente misterioso. Altri ancora sostengono che ancora impasti dolci erano presenti nei banchetti degli antichi romani e che a introdurre il torrone a Roma furono dei semplici legionari cremonesi.

Le testimonianze storiche, al contrario del «sic» collocano la nascita del torrone a Cremona nel 1141, in occasione delle feste per il matrimonio di Francesco Sforza e Bianca Maria Visconti, figlia di Filippo Maria, duca di Milano. Furono i pasticceri chiamati alla preparazione del banchetto ad elaborare questa miscela in una forma che in qualche modo ricordasse la località in cui si svolgeva il matrimonio ducale. Fu così

## Ognuno ha il suo, ma un ingrediente li unifica L'asse della via Emilia legato dal cioccolato

In tutte le province dell'Emilia, casalinghe di buona volontà, così come onesti artigiani desiderosi di mantenere le tradizioni locali, stanno lavorando alla confezione di dolci tipici del proprio campanile. Per quanto differenti l'uno dall'altro, i dolci, almeno lungo l'asse della Via Emilia, sono in qualche modo unificati da un ingrediente: il cioccolato. Sia il bolognese «certosino» sia il «pan d'Nadèl» modenese, sia il «tracollo» piacentino, hanno il cioccolato tra gli ingredienti base.

Il certosino bolognese si può acquistare da alcuni pasticceri specializzati (ma anche prepararlo in casa, con molta pazienza...), che sanno riprodurre egregiamente l'antica ricetta. Il problema è che per avere il certosino pronto a Natale, bisogna cominciare con un mese di anticipo. Alcuni ingredienti, infatti, devono «macerare» a lungo: la mostarda di frutta, anzitutto, che deve essere confezionata all'inizio dell'autunno, con mele e pere appena raccolte, insieme a una sultanina e fichi secchi. L'impasto è composto di farina, lievito (in dose doppia rispetto a quella normale), la suddetta mostarda, frutta candita a pezzetti, pinoli e mandorle. Il tutto va miscelato con cioccolato fuso, burro, e jaspato con miele appena rifidato. La presenza del miele di tiglio - testimonia l'anzianità della ricetta.

Meno impegnativa, ma più accessibile alle masse contemporanee, è il «Pan d'Nadèl» modenese, in cui gli ingredienti non vengono tenuti a macerare prima, ma semplicemente impastati (farina, uova, lievito, burro, miele, zucchero) insieme a pezzetti di cioccolato - senza bisogno di fonderlo - e di canditi. Una versione reggiana del «Pan d'Nadèl» prevede poi di inserire nell'impasto caramelle di menta, proprio di menta, si quelle dure e trasparenti. Pare che chi le trova nella propria fetta abbia fortuna per un anno... A Modena poi, la tradizione vorrebbe che a Natale si consumassero il «bensone», una «brazzadella» ossia ciambella, su ricetta del '500, guarnita con zuccheri solidi. La «brazzadella» si confeziona come una ciambella classica: farina, uova, burro, zucchero, lievito e un pizzico di buccia di limone grattugiata, per aromatizzarla. Una spolverata di zucchero vanigliato alta fine completa l'opera. Spostandosi a Reggio Emilia, la tra-

## I «Sospiri» della Sardegna durano tutto l'anno

Parrà singolare, ma la tradizione dei dolci in Sardegna non è legata a feste di calendario, come invece avviene per il resto delle regioni d'Italia. Il dolce «sardo» è sempre stato una componente delle occasioni liete nelle famiglie e nella comunità. Nessuna ricetta particolare quindi per il Natale. Un'altra curiosità tutta sarda è che il torrone invece di essere consumato tradizionalmente proprio durante le feste natalizie, lo si mangia in estate, periodo in cui era ed è largamente diffuso. Dalla tradizione una ricetta particolarmente gustosa: i «Sospiri». Per prepararli occorrono mezzo chilo di zucchero, 100 grammi di mandorle pulite, 4 uova e una buccia di limone grattugiata. Gli albumi, montati a neve devono essere amalgamati con le mandorle private della buccia interna e pestate finemente. Ottenuta una pasta densa e compatta si formano con le mani delle grosse caramelle vagamente ovali: si passano al forno in una teglia imbrattata e infarinata e il «gioco» è fatto. L'unica raccomandazione è di stare molto attenti che i «Sospiri» non si «attaccino» al fondo della teglia.

PRO-SUS.  
**il Maialino Rosa**  
porta la bontà in Tavola!

La cooperativa PRO-SUS di Vescovato - Cremona è una azienda moderna che utilizza esclusivamente suini italiani provenienti dagli allevamenti dei propri soci. La sua attività consiste nella macellazione e distribuzione di carni fresche ed insaccati da essa prodotti, nonché nella continua ricerca nel campo del miglioramento delle carni, seguendo quotidianamente gli allevamenti dei propri soci.

Per tanto i prodotti venduti sotto il marchio **il Maialino Rosa** sono sicuramente prodotti genuini e di indiscussa qualità.

**carne italiana per prodotti italiani**

Per gli italiani mangiare bene è una tradizione che si rinnova continuamente. Oggi, oltre che al sapore, si fa molta attenzione anche ai valori nutrizionali e alla genuinità dei cibi. Proprio come fa A.C.M. che produce due carni di primissima qualità, nelle due linee apprezzate dai consumatori più esigenti: ASSO, salumi e carni sciolte di suino; INTEGRA, carni bovine naturali.

**ALL'A.C.M. È NATURALE FARE PRODOTTI DI QUALITÀ.**

non si è mai accontentata dei traguardi raggiunti. Con A.C.M. è diventata oggi una grande realtà aziendale, che controlla tutto il percorso produttivo: dall'allevamento alla macellazione.

A.C.M. Azienda Cooperativa Macellazione, Via Due Canali 13, 42100 Reggio Emilia, Telefono 0522-7978, Telefax 515306, Telex 530547 ACM I.

**Lavoriamo ogni giorno per darvi solo carne bovina buona e genuina.**

**PEGOGNAGA**  
COOPERATIVA DI SOCI ALLEVATORI.

I servizi di questa pagina sono di PATRIZIA ROMAGNOLI

INFORMAZIONE COMMERCIALE

# LA FORZA CRAI

Un fatturato che sfiora i 15.000 miliardi, un record di casse operanti su tutto il territorio nazionale che supera le 18.000 unità per una superficie complessiva di vendita la cui estensione va oltre i 900.000 mq. Una volta e mezzo l'intera Repubblica di San Marino. Se le cifre dicono qualcosa, l'immagine numerica Crai, tradotta dalle semplici cifre è, appunto, impressionante. Una immagine di forza e di presenza ancora sottolineata dalla stampa italiana. Che preferisce, forse, occuparsi dei sottili cavalletti dell'imprenditoria nazionale. Ma, tant'è, il Gruppo Crai ha sempre operato e agito in nome di una filosofia aziendale semplice ed essenziale: understatements e qualità.

Una filosofia dei fatti che oggi, alla soglia degli anni Novanta, muia solo parzialmente, e di necessità, per adeguarsi pienamente alla grande sfida della distribuzione cui questa fine del secolo dovrà assistere. I piani di sviluppo Crai, del resto, in proposito sono molto eloquenti. Nel medio termine, cioè da qui a pochi anni, i supermercati e superretes raggiungeranno le 2.000 unità, mentre la superficie di vendite varcherà trionfalmente il limite di 1.400.000 unità.

Non solo: al poderoso sforzo organizzativo e finanziario si è già affiancata una strategia di marketing e comunicazione tra le più originali del settore. E ancora in corso, per esempio, la campagna televisiva curata dalla Dad Diagonale Advertising di Milano, in onda su tutte le reti, pubbliche e private. Una comunicazione frizzante, piacevole, di grande impatto emotivo.

Il claim di campagna: «Dove la spesa è una festa», sintetizza felicemente le indicazioni strategiche dello staff dirigente Crai, coordinato dalla Direzione Commerciale e della Direzione Marketing sotto la guida di Franco Scordamaglia e Cesare Pavarini.

Uno slogan che rappresenta la manifestazione migliore di uno sforzo notevole, teso a ottimizzare ed umanizzare il rapporto tra la «spesa» e la gente.

L'obiettivo primario di Crai è dunque implicito nella «Missione Qualità» che il Gruppo ha scelto di assumersi. Qualità non solo dei rapporti tra personale e Cliente, ma anche dell'offerta rigorosamente selezionata di marche e di prodotti. Al punto di fornire un ventaglio di prodotti a marchio Crai, coniugando così convenienza e qualità.

Oggi Crai è stabilmente nelle prime posizioni, per fatturato e dimensioni, tra i Gruppi operanti nel mercato della grande distribuzione. Un grande risultato per chi, come Crai, è nato da radici associative solo pochi anni fa. È proprio nel 1973, infatti, che Mario Zermati, attuale direttore generale e amministratore delegato, assieme a un gruppo di dettaglianti alimentari di Veneto, Piemonte e Lombardia, intuì la necessità di dotarsi di un valido strumento di difesa della concorrenza sempre più pericolosa dei colossi della grande distribuzione. Con gli anni è cambiato il contesto, il mercato, sono cambiate le urgenze. Ma il grande sogno è cresciuto fino a diventare un gruppo solido, articolato, associativo, aperto. Un caso esemplare che dimostra una volta di più, come da una idea semplice, ma meditata, possa nascere una realtà nuova, oggi in continua espansione.