

Il panettone e Milano

Patrimoni morali e materiali:
uvette, canditi e
problemi da affrontare



Stanislao Porzio



C21. Centro per la ricerca sull'innovazione
economica e sociale. S.c. Via Volga, 129
Bari. info@crise21.it

Nella migliore tradizione dei circoli storici della cultura municipalista e riformista milanese incarnata dalla lunga stagione dei sindaci socialisti e rinnovatasi con la “rivoluzione arancione” che con l’elezione di Giuliano Pisapia che ne ha aperto una nuova tuttora in corso, nel 2023 nasce il Centro Studi Circolo Caldara con l’obiettivo di promuovere eventi, iniziative e cultura civica con un focus sul territorio di Milano.

Il mondo attorno a noi cambia sempre più in fretta. Ma per indirizzare i cambiamenti nella giusta direzione bisogna anche sapersi sedere intorno ad un tavolo a riflettere: nascono così i Working Papers, frutto dell’unione delle menti dei membri dei nostri gruppi di lavoro.

I Working Papers sono brevi analisi che hanno l’obiettivo di stimolare riflessioni e processi di pensiero che possano, in futuro, tradursi in nuovi contributi e alimentare ulteriori studi e proposte.

Il Consiglio Direttivo del Centro Caldara è composto da: Franco D’Alfonso *Presidente*, Anna Catasta *Vicepresidente*, Stefano Rolando *Direttore Scientifico*, Giuseppe Conte *Tesoriere*, Biagio Longo *Direttore Operativo*, Danilo Aprigliano, Francesco Carelli, Diego Castagno, Salvatore Crapanzano, Rosanna De Cicco, Gloria Giuliano, Walter Marossi, Dorina Perego, Stefano Pillitteri, Linda Poletti, e Simona Riboni.

Questo lavoro è stato ultimato nel Dicembre 2024.

Indice

Prefazione - pg. 1
di Stefano Rolando

Nota introduttiva - pg. 7

La storia - pg. 8

Le origini - pg. 8

L'Ottocento - pg. 11

Il Novecento - pg. 13

Il presente - pg. 16

Il prodotto industriale - pg. 16

Il prodotto artigianale - pg. 16

Esame dei problemi - pg. 22

I problemi del panettone come prodotto - pg. 22

I problemi del rapporto tra Milano e il panettone - pg. 23

Ipotesi di lavoro - pg. 26

STG Panettone e/o Patrimonio Immateriale dell'Umanità UNESCO - pg. 27

Centro studi/osservatorio sul panettone e/o permanente sul panettone - pg. 28

Certificazione produttori artigianali che utilizzano materie prime naturali - pg. 29

Nucleo di pasticciere che garantiscano la "milanesità" del loro panettone - pg. 30

Bibliografia - pg. 32

Ringraziamenti - pg. 37

Allegati - pg. 38

Disciplinare "Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese" - pg. 39

De. Co. Milano Panettone - pg. 50

Prefazione

Il nostro “punto fermo” su un tema carissimo ai milanesi e agli italiani.

Non è il “dolcetto di Natale.

È il contributo di Milano all’identità nazionale del “cibo semplice e buono”

Le pregevoli pagine che seguono sono un “punto fermo” nel rapporto tra prodotto, territorio e patrimonio simbolico che è il motore, sempre, di qualunque processo identitario.

Non c’è luogo, minimamente animato da vitalità, umanità e radicamenti in cui questa relazione non sia diventata anche un paradigma di individuazione.

Poi anche un perimetro di condivisione.

Alla fine, il bagaglio naturale per la consistenza e l’equipaggiamento argomentativo e morale di un brand collettivo.

- Un **citybrand** (come è il caso di Milano, che acquisisce nel brand della città un prodotto evoluto a simbolo).
- Così come sarebbe un **countrybrand** (laddove territori localizzati ma più ampi percorrono la stessa selezione e la stessa rivendicazione storica (tra i mille esempi, il tartufo bianco, come

potrebbe essere per le Langhe, il Monferrato e il Roero, in Piemonte, ma anche altrove).

- Oppure come sarebbe per un **brand nazionale**, che è materia per la quale alcune centinaia di piatti cucinati in Italia vedono ormai convergere prodotti di base e tecniche di lavorazione fino ad assumere i contorni – pagella piuttosto rara al mondo – di cucina nazionale.

Lo studio curato da Stanislao Porzio e che ha avuto accoglienza e accompagnamento evolutivo presso il Circolo e Centro Studi “Emilio Caldara” di Milano contiene infatti il percorso della dinamica storica di legittimazione del **rapporto tra prodotto e consumo del panettone**, il *pan forte* o *pan grande* o alla fine *pan dal Tögn* di rinascimentale memoria.

Contiene poi la problematizzazione aggiornata del rapporto industriale, commerciale e di tutela che investe la storia dell’artigianato e della manifattura milanese.

Contiene infine la valorizzazione e la protezione dei caratteri di originalità e di qualità internazionali di quel prodotto.

E per concludere apre le porte ad un impegno di comunicazione, ricerca e musealizzazione che tende a lasciare un presidio alto attorno a tutti gli snodi trattati.

Stanislao Porzio è un napoletano creativo e metodico, compiutamente radicato a Milano,

-

che ha messo una ampia parte della sua vita e della sua professionalità e perseguire cantieri di esperienza attorno a questi punti.

L'iniziativa del Caldara tende a creare condizioni perché questo patrimonio di esperienza sia **collocato in modo forte nell'agenda della cultura di brand del territorio milanese e parimenti italiano.**

Un'agenda in cui le opportunità siano previste e programmate. E in cui il presidio faccia parte di alleanze di importanza pari al valore economico del settore. Aggiungendo che ancora più complesso e delicato è ora agire affinché la valorizzazione non riguardi solo i caratteri *materiali* del “posto in agenda” che il tema persegue. Ma, parallelamente, anche il posto che va perseguito nella valorizzazione della dinamica di ciò che chiamiamo “*patrimonio simbolico immateriale*”.

Milano ha un caso emblematico di questa doppia valorialità. Il suo celebre Duomo, cattedrale dell'arcidiocesi di Milano e al contempo monumento nazionale italiano. Nessuno può davvero pensare che esso rappresenti solo le 352.000 tonnellate di marmo di cui è fatto, con lavoro che scorre per quasi sette secoli. E neanche solo per l'estensione dei fattori strutturali della sua

architettura (è lungo 158 metri, ha 164 finestroni, 135 guglie e più di 1000 mensole).

Esso è per tutti anche simbolo: per lo sguardo che attira, per la nostalgia che promuove, per il conforto che assicura, per la pacificazione che ispira, per la preghiera mormorata che sommuove, per il sogno condiviso – non solo di appartenenza ma anche di comunità fruente – che l'immenso monumento genera tanto al suo apparire quanto alla sua memoria.

Insomma: in materia di brand, i valori simbolici materiali e immateriali hanno pari importanza e richiedono pari accudimento.

Il processo di diffusione globale dei consumi ha naturalmente velocizzato anche i **processi di produzione globale**, creando una mappa del sistema artigianale e industriale – sostenuta anche da eventi premianti che finora Milano riesce a regolare – che rappresenta, per il panettone, ormai analogie conosciute dalla pasta, dalla pizza, dal parmigiano, eccetera. Cioè, dalle tipologie di prodotto attorno a cui la comunicazione separa (spesso ingenuamente) la fonte simbolica dalla filiera produttiva. È una delle questioni all'attenzione degli sviluppi dello studio qui presentato. Che merita verifiche di esperienza con molti altri settori, ma merita anche coraggio di analisi e idee appunto “di prospettiva” per non

squilibrare irrimediabilmente quel fenomeno di separazione.

La ricaduta non è solo sulle imprese, ma anche sul rapporto di credibilità che Milano ha con le sue narrative di base. Bisogna cogliere questo elemento a fondo per comprendere la politicità e l'urgenza di un approccio moderno e non superficiale.

Risulta evidente il **disegno del perimetro potenziale** che queste premesse sollecitano.

• -

C'è chi pensa che più è il delta commerciale, più sarebbe assicurata la "tradizione". Ma nemmeno gli anziani più nostalgici si accontenterebbero di questa tiritera di propaganda.

Da qui si aprono condizioni di una strategia "di sistema" anche nell'economia del panettone, che ha tre svolgimenti connessi:

- il tema delle **vocazioni industriali e commerciali connesse**;
- la **strategia dell'interesse generale che l'operatore pubblico** – sia esso il Comune, la Camera di Commercio, un centro di formazione, una o più Università, intersecati dai soggetti della rappresentanza più adeguata – potrebbe orientare ad essere una **narrativa di terzo Millennio**;

- il tema sociale e antropologico degli **aspetti che maggiormente associamo ai valori tradizionali.**

Per tenere insieme le tre volée di analisi e di rinnovamento, un percorso importante appare quello di consolidare le **alleanze dei fattori di brand.** Con il pensiero agli obiettivi della **competitività euro-mediterranea, euro-atlantica ed euro-asiatica** in cui la città di Milano dipana le sue carte.

Lo scopo della pubblicazione è proprio quello di guadagnare l'attenzione e il consenso di tutti coloro che influenzano e agiscono su questa agenda degli adeguamenti. Restare immobili sorridendo alle “reclames” della nostra gioventù non sembra più la politica per assicurare quegli adeguamenti.

Stefano Rolando

Circolo e Centro Studi “Emilio Caldara” Milano

Natale 2024

Nota introduttiva

Da una ricerca che ho svolto per conto del Centro Studi Circolo Caldara emerge che la città di Milano, pur avendo dato in cinque secoli e mezzo di storia i natali alla specialità dolciaria “panettone”, non è più un punto di riferimento per la sua produzione. Quella industriale, affermatasi nel capoluogo lombardo con le aziende Motta e Alemagna, si è spostata quasi integralmente verso Verona e Cuneo. La produzione artigianale cittadina non si colloca quasi mai ai vertici delle classifiche che ogni anno vengono proposte da testate ed eventi dedicati al dolce meneghino.

A Milano è rimasto solo un primato, quello del numero degli appassionati, come dimostra il pubblico oceanico delle varie manifestazioni, che non solo per quantità, ma anche per entusiasmo e competenza di giudizio è senz'altro superiore a quello dei visitatori di analoghe manifestazioni in altre città. Questa è presumibilmente solo la punta di un iceberg ben più vasto: la quantità di cittadini ancora legatissimi al lievitato milanese.

In questo momento, rimarcare le origini locali del panettone e definirne bene i confini asseconderebbe un sentimento assai diffuso a Milano: l'orgoglio per un valore identitario fondante della cultura cittadina, per non parlare di quanto sarebbe conforme alla recentissima legge 1038 sulla salvaguardia del patrimonio culturale immateriale. Il Comune potrebbe fare molto in proposito.

Stanislao Porzio

La storia

Le origini

Il panettone nasce a Milano come pane arricchito della festa di Natale. La famiglia di questi pani è molto ampia e si espande in tutt'Europa. Ognuno, però, ha sue caratteristiche peculiari, come vedremo per quello di Milano.

La prima testimonianza di una tradizione relativa a un pane milanese specificamente natalizio è contenuta in un manoscritto in volgare¹, contenuto presso la Biblioteca Ambrosiana, che traduce parte di un testo in latino scritto intorno al 1470 dall'umanista Giorgio Valagussa, precettore di casa Sforza. Il testo ricorda il cosiddetto rito del ciocco, che soleva aver luogo la sera del 24 dicembre presso ogni famiglia milanese.

«... il principale di ciascheduna casa, chiama e fa vegnire tutta la sua familia intorno al focho. E quivi essendo tutti congregati, il magiore di casa, con gran devotione, in nome del Padre, e del Figliolo, e de lo Spirito Sancto, piglia il ciocho e mettelo

¹ La prima stampa in tempi moderni di questo testo è in: Stanislao Porzio (a cura di), *Il panettone prima del panettone. Da un manoscritto ambrosiano di Giorgio Valagussa*, Milano, Guido Tommasi Editore, 2013.

sopra il focho. Per questo si denota e manifesta che il peccato, il quale commise Adamo cogliendo de fructi de l'albore proibito, è consumato e anihilato per mezo de lo Spirito Sancto»².

Sul ciocco acceso si mette un ramo di ginepro, in ricordo della croce e del Vecchio e Nuovo Testamento, come vecchi e nuovi sono i frutti che coesistono sul ramo. Il tutto, poi, viene asperso di vino, che simboleggia il sangue di Cristo. Quindi,

«Il principale de la casa di tre gran pani di frumento ne taglia una sola particella, a denotare che la Sancta Trinità non è altro se uno solo Idio, Iesu Christo figliolo di Maria Vergine. E quella particella del pane si conserva infino a la fine del anno. E questo medesimo si fanno di anno in anno per memoria della incarnatione e della Resurrectione del Nostro Signore Iesu Christo»³.

Come vediamo, l'unico ingrediente dei pani natalizi milanesi, alla fine del Quattrocento, è la farina di frumento, che a quell'epoca è ancora un

² Op. cit., p. 36.

³ Op. cit., p. 39.

ingrediente nobile. Si pensi che fino al 1355 a Milano c'era un solo forno autorizzato a panificare con frumento per tutto l'anno, mentre gli altri potevano utilizzare solo granaglie di minor valore, a parte che alla Vigilia di Natale, giorno in cui offrivano in omaggio ai loro clienti abituali pani fatti con la preziosa farina bianca⁴.

La parola panettone viene attestata per la prima volta molto più tardi, nella sua grafia milanese *Panaton*, accompagnato dalla specifica *de Danedaa*, nel *Varon Milanese*⁵, il primo dizionario Milanese-Italiano, risalente al 1606. Eccone la definizione:

«Pan grosso, qual si suole fare il giorno di Natale, per Metafora un'inetto [sic], infingardo, da poco»⁶.

La prima ricetta compare all'interno del secondo di tre volumi di un libro miscelaneo sulle tecniche e i segreti di molti settori artigianali, uscito nel 1782⁷. Il paragrafo 1558, intitolato *Per fare il panatone, o pan-grande*, recita:

⁴ Cfr. Stanislao Porzio, *Il panettone. Storia, leggende e segreti di un protagonista del Natale*, Milano, Guido Tommasi Editore, 2007, p. 21

⁵ *Ibidem*

⁶ *Ibidem*

⁷ Dulcicrene Longobardo, *Il Manuale degli Artigiani, ossia Raccolta di segreti economici d'arti, e mestieri*, Milano, Gaetano Pirola, 1782, Vol. 2.

«Si fa con una libbra di farina, una quatta di butirro, e tre once di zucchero, e qualche piccola quantità di passolina, ossia ughetta, ed un pò [sic] di vino bianco, od acqua per ridurla alla consistenza di pastone da pane. Volendolo fare più grosso, o più piccolo, servinsi delle cose in proporzione»⁸.

1.2 L'Ottocento

Nei libri di cucina che si susseguono da questo momento in poi il panettone continua ad arricchirsi, finché raggiunge all'incirca la formulazione nella quale lo conosciamo oggi ne *Il Re dei cuochi* di Giovanni Nelli, del 1868. I suoi sette ingredienti fondamentali sono il lievito naturale, che è quello caratterizzante, la farina, il burro, lo zucchero, l'uvetta, gli agrumi canditi e le uova. Il lievito naturale, detto anche lievito madre, è un composto fatto essenzialmente di farina e acqua, la cui fermentazione si alimenta con i microrganismi presenti nell'aria del laboratorio e dona al panettone la sua caratteristica struttura interna a occhiature irregolari. Anche la morbidezza che si prolunga nel tempo ben oltre quella del pane fatto con il lievito di birra è un portato dell'utilizzo del lievito naturale, che ha, però, un contraltare: la sua

⁸ Op. cit., pp. 144-145.

grande difficoltà di gestione, motivo per il quale il panettone è un dolce molto complesso e lungo da realizzare (minimo un giorno e mezzo), quindi è quasi esclusivamente appannaggio dei professionisti, panettieri e pasticceri.

La sua funzione di protagonista del Natale meneghino sin dall'Ottocento è testimoniata da scritti e lettere di poeti e musicisti celebri come Foscolo, Manzoni, Rossini, Verdi⁹. È questo il secolo in cui nascono le leggende sulle sue origini, quella di Suor Ughetta, quella di Ser Ughetto degli Atellani e la più famosa, quella del pan de Toni¹⁰. **Il fiorire di questi miti segna il passaggio del dolce da semplice specialità locale a elemento simbolico dell'immaginario milanese. Da questo momento in poi il panettone sarà un insostituibile tassello dell'identità meneghina.** Tra l'altro, i contenuti di queste narrazioni ci raccontano parecchio sullo spirito cittadino, sin da allora vocato all'impresa¹¹. Quanto alla diffusione fisica del panettone, ce ne dà indizi importanti un annuncio su un quotidiano milanese del 1895 firmato dalla Confetteria e Pasticceria G. Baj¹², che prevede non solo la vendita per corrispondenza in Italia, ma anche l'invio all'estero grazie all'Unione

⁹ Porzio, 2007, pp. 45 e segg.

¹⁰ Porzio, 2007, pp. 27 e segg.

¹¹ Ibidem

¹² Riprodotto in AA.VV., *Dolce Natale*, Firenze, Alinari, 2004, p. 91

Postale (i paesi che avevano aderito al trattato di Berna dal 1874 in poi). Un altro annuncio Baj¹³, del 1896, promuove un servizio spedizione di panettoni anche nelle Americhe, in particolare a Rosario e a “Buenos Ayres” [sic], città in cui si erano trasferiti molti emigranti italiani.

1.3 Il Novecento

Le due grandi novità dell’inizio del XX secolo, una riguardante la forma e l’altra il processo produttivo, sono entrambe legate ad Angelo Motta, che all’epoca era ancora un artigiano.

La premessa: fino agli anni Dieci del Novecento il panettone viene infornato senza alcun tipo di stampo, perché la sua forma è quella di una pagnotta emisferica. Nei primi anni Venti Motta lancia una forma diversa, quella del panettone alto, orientando la lievitazione verso l’alto grazie a fasce di carta-paglia, in grado di resistere al calore del forno. L’idea probabilmente è nata in seguito a un grosso ordine fatto a Motta: duecento kulic¹⁴, dolci lievitati pasquali di origine russa, che gli erano stati richiesti dal rappresentante della comunità di esuli

¹³ Riprodotto in Massimo Alberini, *Storia del panettone*, Milano, Sidalm, 1981, p. 26

¹⁴ Vedi <https://ilpanettone.wordpress.com/2009/12/06/edizione-straordinaria-il-panettone-a-fungo-deriverebbe-dal-kulic/> e anche <https://ilpanettone.wordpress.com/2010/02/12/lenigma-del-kulic/>

russi di Milano. Il kulic, infatti, ha la forma di un cilindro di spiccata verticalità.

L'enorme successo ottenuto da questa variante a “tappo di champagne” spinge Motta a cercare spazi produttivi sempre più ampi, finché alla fine degli anni Venti del Novecento la sua azienda raggiunge le dimensioni di un'industria. Lo seguono in quest'evoluzione anche i fratelli Alemagna e altri produttori, finché, dopo il rallentamento della Seconda Guerra Mondiale, il panettone invade tutta l'Italia e viaggia per il mondo nella sua declinazione industriale.

In questa fase, che si prolunga quasi fino alla fine del XX secolo, in Italia il panettone è conosciuto ovunque, ma: 1. come prodotto industriale; 2. nella sua forma alta elaborata da Motta; 3. con una riconosciuta connotazione milanese. Nella sola Lombardia viene ancora prodotto artigianalmente, spesso in forma bassa, ma anch'essa contenuta in uno stampo, che nel frattempo è diventato di carta cerata, o di carte ondulate e accoppiate, e ha assunto il nome di pirottino¹⁵.

In campo industriale nel secondo dopoguerra emergono nuovi marchi, originari della Lombardia (Tre Marie etc.), del Piemonte (Galup, Maina, Balocco etc.) e del Veneto (Bauli, Melegatti, Paluani, Borsari etc.), che competono con i due pionieri.

¹⁵ Vedi: <https://ilpanettone.wordpress.com/2012/02/05/il-pirottino-questo-sconosciuto/>

Verso la fine degli anni Sessanta il modello industriale Motta/Alemagna s'incepisce e nel decennio successivo le due aziende vengono incamerate dalla SME, la società finanziaria del settore agro-alimentare del gruppo IRI. Il marchio Motta resiste, diversificando nell'ambito merendine e gelati, mentre quello Alemagna comincia un'eclissi dalla quale non è più riemerso.

Il presente

2.1 Il prodotto industriale

A cavallo tra la fine del secolo scorso e l'inizio del nuovo si evidenziano due elementi di crisi. I prezzi dei panettoni industriali sono in picchiata, perché spesso vengono utilizzati dalla grande distribuzione come prodotto civetta a poche migliaia di lire e, dal 2002, a pochi euro. Questo implica che il loro valore percepito sia molto basso, nonostante che anche in ambito industriale i produttori più seri utilizzino lievito naturale, come si diceva, ingrediente dalla gestione assai delicata.

2.2 Il prodotto artigianale

In ambito artigianale accadono due fenomeni.

Il primo è squisitamente milanese. La Confcommercio cittadina, alla quale aderiscono molti pasticceri e panificatori, punta a distinguere il prodotto artigianale da quello industriale, probabilmente per timore del contagio del calo dei prezzi. Nel 2003 nasce, così, il disciplinare di produzione del “Panettone tipico della tradizione

artigiana milanese”¹⁶, che dovrebbe identificare la ricetta del vero panettone – almeno per come si è evoluta fino a quel momento. All’iniziativa, che dispone anche di un logo-vetrofania, aderiscono subito molte pasticcerie di Milano e provincia. Qualche anno dopo, il 22 luglio 2005, sono addirittura due Ministeri a occuparsi della ricetta del panettone, quello delle Attività produttive e quello delle Politiche agricole e forestali, promulgando il decreto “Disciplina della produzione e della vendita di taluni prodotti dolciari da forno”¹⁷. La norma, all’art. 1, prevede che: «La denominazione «panettone» è riservata al prodotto dolciario da forno a pasta morbida, ottenuto per fermentazione naturale da pasta acida, di forma a base rotonda con crosta superiore screpolata e tagliata in modo caratteristico, di struttura soffice ad alveolatura allungata e aroma tipico di lievitazione a pasta acida», legando per legge il nome panettone al solo dolce di origine milanese. Se si scorre il suo testo, risulta evidente, però, che il destinatario non è tanto l’artigiano, quanto l’industria, perché l’art. 3 sostiene che: «È facoltà del produttore anche aggiungere i seguenti ingredienti: [...] g) aromi naturali e naturali identici; h) emulsionanti; i) il conservante acido

¹⁶ Vedi disciplinare_panettone_tradizionale_milanese.pdf allegato

¹⁷ GU Serie Generale n. 177 del 01-08-2005, pp. 38 e segg. Sul web: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2005/08/01/05A07670/sg> E successive modifiche: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/06/14/17A03926/sg>

sorbico; j) il conservante sorbato di potassio»; ingredienti che difficilmente potrebbero connotare un prodotto artigianale. In realtà un simile rilievo era stato mosso anche al disciplinare della Camera di Commercio di Milano. Interprete di questo dissenso non isolato era stato Maurizio Baruffi¹⁸, all'epoca consigliere comunale dei Verdi. Su una pagina del suo sito, che rispecchia probabilmente un suo intervento in Consiglio, sostiene che nel detto disciplinare compaiano ingredienti compatibili con l'industria, ma non con l'artigianato e, soprattutto, indica un conflitto d'interesse tra controllori e controllati, tutti membri della Confcommercio, un'associazione di categoria¹⁹. Al posto di questo meccanismo di controllo, Baruffi ne propone un altro, basato sulla De.Co. «Le Denominazioni Comunali di Origine (De.Co.) proposte da Luigi Veronelli prevedono che sia il Comune a rilasciare un marchio che contraddistingue i prodotti legati al territorio. Il Comune dovrebbe costituire una apposita Commissione, formata da tecnici ed esperti della materia, che stabilisca un disciplinare di produzione di un determinato prodotto, e ne

¹⁸ Vedi http://www.ilbaruffi.it/archivio/doc_25.htm

¹⁹ Una mala lingua potrebbe aggiungere che questo conflitto in realtà non esiste, perché a vent'anni dall'uscita del disciplinare – almeno secondo il “si dice”, che non è controllabile, ma molto eloquente – nessuno dei pasticceri aderenti avrebbe mai subito controlli da chicchessia.

verifichi il suo rispetto»²⁰. Il Comune di Milano nel 2007 vara effettivamente una delibera in questo senso, assegnando la De. Co. a cinque specialità milanesi: panettone²¹, michetta, *cassoeula*, risotto alla milanese, ossobuco, alle quali anni dopo se ne aggiungono altre cinque, cioè il minestrone alla milanese, i *rostin negàa*, la costoletta alla milanese, la *barbajada*, i *mondeghili*. Se il logo del “Panettone tipico della tradizione artigianale milanese” si vede ancora oggi su alcune vetrine²², la De. Co. Milano non è mai davvero partita. Potremmo chiosare che iniziative del genere, per poter decollare, andrebbero molto sostenute dal loro promotore, mentre nel nostro caso il Comune non si è dato granché da fare.

Il secondo fenomeno riguarda tutta l'Italia e non solo. Sin dalla fine del secolo precedente i più intraprendenti fra i giovani pasticciieri avevano cominciato a viaggiare per seguire corsi professionali, mentre contemporaneamente alcuni maestri del Nord, fra i quali quelli di maggiore spicco sono stati e continuano ad essere Achille Zoia (milanese di nascita e brianzolo di residenza) e Rolando Morandin (valdostano di scuola torinese), si spostavano volentieri dai loro territori

²⁰ Ibidem

²¹ Vedi De.Co. Panettone allegata

²² Ammesso e non concesso che significhi qualcosa

d'appartenenza per tenere corsi in altre zone d'Italia. Il risultato è che alcune tecniche, compresa quella di preparazione artigianale del panettone, hanno cominciato a diffondersi anche a grande distanza dai luoghi in cui erano nate. Questo è il contesto in cui nel 2008, a Milano, si celebra un evento organizzato dall'estensore di questo testo, che, reduce dall'edizione della sua monografia²³, lancia quest'iniziativa, convinto che i milanesi apprezzeranno molto una manifestazione dedicata al loro dolce preferito.

La prima edizione dell'evento, battezzato dal suo creatore Re Panettone[®], raccoglie oltre venti produttori artigianali di panettone, la maggior parte dei quali non provenienti da Milano²⁴: Per il pubblico cittadino è stata una grande sorpresa scoprire che il panettone artigianale potesse provenire anche da terre lontane dalla Lombardia, ma lo shock è stato riassorbito in tempi molto rapidi. La manifestazione ha preso piede ed è stata replicata a cadenza annuale, con una partecipazione di pubblico sempre maggiore e volumi di vendite sempre in crescita. Nell'arco di pochi anni, alcuni dei pasticceri partecipanti sono diventati i beniamini del pubblico e il concetto di eccellenza del panettone, per il vasto pubblico di

²³ Porzio, 2007

²⁴ Il sottoscritto si è spiegato il disinteresse della maggior parte dei pasticceri locali con la loro soddisfazione per la loro clientela e con il loro desiderio di non confondersi (o misurarsi?) con colleghi non milanesi, quindi implicitamente non "all'altezza".

Re Panettone®, ma anche per la stampa specializzata, è migrato lontano dal Capoluogo lombardo. Il successo della manifestazione Re Panettone® ha generato molti cloni, ma l'originale resiste dal 2008, con il risultato di aver stimolato lo sviluppo di un'intera generazione di pasticciere lievitolari e aver contribuito alla diffusione del panettone artigianale in tutt'Italia, ma anche nel resto del mondo, al punto che oggi buona parte del pubblico non identifica più Milano come la città che ha dato origine a questo dolce, perché lo considera una specialità genericamente italiana. Altra conseguenza è stata la “moda” del panettone artigianale, che ha portato con sé anche il lievitare dei prezzi: oggi, sia nelle vetrine del Nord sia in quelle virtuali di eccellenza conclamata di qualsiasi latitudine, sono attestati intorno ai 40 euro al chilo, spiegabili solo in parte con l'aumento dei prezzi delle materie prime. Il panettone, nella sua versione artigianale, è ritornato ad essere un possibile regalo, cosa che nella sua versione industriale non era più da tempo.

Esame dei problemi

I problemi del panettone come prodotto

Oggi come non mai il panettone artigianale sembra godere di ottima salute, ma è tutto oro? Non esattamente.

Tanto per cominciare, essendosi moltiplicata a dismisura la base dei produttori artigianali, la necessità di distinguersi è diventata cruciale. Le varianti rispetto alla ricetta classica, perciò, sono aumentate in maniera esponenziale e, per una indovinata, ce ne sono cento inutili, che con il loro proliferare rischiano di mettere in ombra la ricetta classica.

La vera minaccia, però, viene da un'altra criticità. Laddove c'è un grande successo commerciale nascono subito le imitazioni. Nel nostro caso, quelle rappresentate dagli pseudo-panettoni, cioè da quei dolci che sembrano in tutto e per tutto panettoni, hanno il sapore dei panettoni, ma che, invece che con ingredienti naturali, sono realizzati con i cosiddetti mix, miscele di sostanze studiate dai tecnologi alimentari di qualche industria di semilavorati. Questi pseudo-panettoni a base di mix hanno talvolta anche buone qualità sensoriali, ma possono essere realizzati con la capacità di un

semplice assemblatore, non quella di un vero pasticciere; quindi, non occorre saper fare davvero il panettone per preparare uno di questi, più o meno come non occorre essere una massaia provetta per fare una torta con le bustine apposite che si trovano al supermercato. Per di più tutti i dolci fatti con uno stesso mix sono sostanzialmente identici; quindi, sebbene usciti da un laboratorio artigianale, sono di fatto prodotti industriali. Il problema non è che siano in vendita – come dicevo, alcuni sono anche piacevoli – ma che siano spacciati per prodotti artigianali, e venduti al costo di prodotti artigianali. La legge, poi, non aiuta, perché da una parte l'etichetta di questi pseudo-panettoni può essere identica a quella dei panettoni davvero artigianali (molti produttori di semilavorati usano il claim pubblicitario “etichetta pulita”), dall'altra per lo Stato italiano è artigiano sia chi è in grado di creare dolci utilizzando solo materie prime naturali, sia chi assembla semilavorati.

3.2 I problemi del rapporto tra Milano e il panettone

Il panettone dall'Ottocento fino a buona parte del Novecento è stato un tassello insostituibile dell'identità milanese sia **dal punto di vista concreto** (presenza delle aziende produttrici prima artigianali poi anche industriali solo a Milano), sia **dal punto di vista dell'immagine** (nascita di

leggende sulle sue origini, testimonianze storiche del legame del dolce con i cittadini milanesi, identificazione del panettone come di un dolce natalizio milanese da parte di tutti i consumatori italiani).

Oggi il panettone sta perdendo il suo legame speciale con la città che gli ha dato origine. Nell'ambito **industriale**, infatti, c'è rimasta solo una realtà nel contesto cittadino, Vergani, e un paio in Lombardia (Galbusera, che detiene anche il marchio Tre Marie, e Sperlari con il marchio, già veneto, Paluani), mentre la maggior parte delle imprese di una certa grandezza è concentrata in Veneto (Bauli, che detiene anche i marchi Motta e Alemagna, poi Melegatti e Borsari) e in Piemonte (Galup, Maina, Balocco). Nell'ambito **artigianale**, come si diceva prima, la produzione si è estesa su tutto il territorio nazionale e la maggior parte dei produttori leader non sono più neanche in Lombardia. La diffusione della ricetta del panettone presso pasticciieri di tutt'Italia ha fatto sì che le sue varie realizzazioni, anche quelle più fedeli alla tradizione, pur restando nei limiti del disciplinare di stato del 22/07/2005 o di quelli della Camera di Commercio, abbiano assunto nei vari territori non lombardi caratteristiche diverse. Le differenze vanno dalle occhiature della lievitazione al grado di cottura, dalla proporzione degli ingredienti al bouquet aromatico. Posto che parlare di autenticità ha un senso relativo a proposito di specialità alimentari, che evolvono nel tempo e nello spazio con maggior velocità di

quanto ci si renda conto, sicuramente fra i panettoni artigianali realizzati a Milano e provincia fino a una ventina d'anni fa c'era maggiore omogeneità morfologica e aromatica di quanta ce ne sia oggi fra i panettoni artigianali realizzati in tutt'Italia. Se questa nuova ricchezza di varianti non è certo una perdita, lo sarebbe la sparizione di quel quid, costituito dall'insieme di aspetto/aroma/gusto, che fino a vent'anni fa rendeva inconfondibile un panettone milanese. Il problema è aggravato dal fatto che Milano è una città con un fortissimo turn-over commerciale, in cui le imprese più antiche di maggior successo vengono acquistate da gruppi finanziari interessati alla forza del loro marchio e alla collocazione dei loro locali (per esempio Cova di via Montenapoleone è oggi di proprietà LVMH, e Marchesi di via Meravigli è diventato uno dei marchi di Prada), mentre quelle meno fortunate spariscono. Milano è una città che guarda avanti – caratteristica assai rara in Italia – ma forse per questo è un po' distratta riguardo al suo passato, per quanto glorioso possa essere. Questo è vero anche nel mondo della pasticceria, dove sono tante le nuove attività e parecchie, purtroppo, quelle che chiudono o che passano di mano, snaturandosi.

Ipotesi di lavoro

Per Milano varrebbe la pena di riaffermare la centralità del panettone all'interno della sua identità, innanzitutto perché la storia del dolce accompagna quella degli ultimi cinquecentocinquanta anni della Città. Inoltre, oggi, il panettone si è guadagnato nel mondo un'alta reputazione, soprattutto nella sua versione artigianale. Rendere noto universalmente lo stretto legame tra questa specialità e Milano, perciò, sarebbe un modo di aggiungere ulteriore prestigio all'immagine della Città. Come? Esistono diverse opzioni possibili²⁵.

²⁵ Quello che non è possibile fare è l'istituzione di una DOP, Denominazione d'Origine Protetta, come qualcuno ha suggerito; non è l'ingredientistica del panettone ad avere un legame con il territorio milanese e neppure lombardo. Il panettone, infatti, nasce come pane speciale per celebrare una ricorrenza; come tale sin dalle sue origini doveva essere realizzato con ingredienti più preziosi di quelli disponibili ogni giorno nella dispensa del fornaio. I componenti che marcavano la differenza dovevano essere rari e provenire da lontano, come gli agrumi canditi e l'uva passa, che certo non erano né sono prodotti a km zero da Milano. Anche oggi i migliori produttori artigianali adoperano il meglio sul mercato: agrumi canditi calabresi, uvetta australiana o cilena, burro del Nordeuropa, vaniglia di Tahiti o del Madagascar.

Altra cosa impossibile è ridare a Milano il primato della produzione industriale del panettone. Non basta la buona volontà delle istituzioni, né delle associazioni di categoria per ottenere un risultato del genere.

4.1 STG Panettone e/o Patrimonio Immateriale dell'Umanità UNESCO

STG, Specialità Tradizionale Garantita, è un marchio di origine introdotto dall'Unione Europea per salvaguardare prodotti caratterizzati da composizioni e/o metodi di produzione la cui tradizionalità sia comprovata da documenti storici. In Italia ci sono quattro STG: la mozzarella tradizionale (1998), la pizza napoletana (2010), l'amatriciana tradizionale (2010), i vincisgrassi alla maceratese (2022). Si tratta di prodotti realizzabili ovunque, a patto che vengano adottate una precisa ingredientistica e una definita procedura di preparazione, racchiuse in un rigoroso disciplinare di produzione. Il panettone, o meglio, la sua versione tradizionale, potrebbe rientrarvi. La candidatura deve essere presentata da un'associazione di produttori al ministero dell'agricoltura del proprio paese, il quale provvede al deposito della pratica presso la Direzione generale per l'agricoltura e sviluppo rurale della Commissione europea.

Un discorso non molto diverso vale per il riconoscimento di Patrimonio Immateriale dell'Umanità UNESCO. Vengono definite tali le tradizioni, le espressioni orali, arti dello spettacolo, pratiche sociali, riti e feste, conoscenza e pratiche concernenti la natura e l'universo, artigianato tradizionale. In quest'ultimo ambito rientrano anche le conoscenze e le competenze necessarie

per realizzare una specialità gastronomica locale. In Italia, finora, l'unica attività di artigianato gastronomico che abbia ottenuto questo riconoscimento è stata L'Arte del "pizzaiuolo" napoletano (2017). Inutile dire che anche l'Arte di fare il panettone potrebbe esserne insignita.

Il sottoscritto ha raccolto più di 5000 firme per una petizione volta a questo scopo²⁶, e altre se ne potrebbero raccogliere, se ci fosse una mobilitazione da parte di associazioni di categoria e della società civile.

4.2 Centro studi/osservatorio sul panettone e/o permanente sul panettone

Un centro studi/osservatorio sul panettone avrebbe il compito di approfondire l'argomento da più punti di vista: storico, antropologico, scientifico, commerciale e di monitorare la diffusione, le vendite, la fortuna e lo sviluppo in tutto il mondo (per esempio, il più grande produttore industriale è in Brasile: Bauducco, azienda di evidente ascendenza italiana, piemontese, per l'esattezza). Un'istituzione del genere sottolineerebbe il legame storico del

²⁶ Vedi: <https://ilpanettone.wordpress.com/2020/11/26/perche-larte-di-fare-il-panettone-merita-il-riconoscimento-unesco/> Vedi anche: <https://repanettone.it/petizione-unesco/>

prodotto con il territorio e consentirebbe di monitorarne e in parte guidarne l'evoluzione.

A tale istituzione si potrebbe abbinare una mostra permanente dedicata al panettone, come ne esistono tante in Italia dedicate al cibo. Scopo: illustrare al pubblico le origini storiche e il valore simbolico per la Città del dolce meneghino, ma anche le fasi e le modalità della sua produzione, e i fenomeni biologici relativi alla lievitazione naturale. Il sottoscritto ha realizzato nel 2014 il progetto una mostra dedicata all'argomento, che prevedeva l'esposizione di libri, di fotografie, di quadri, di tavole, di vecchie confezioni, di macchinari etc., nonché la produzione stessa del dolce. Più di recente, nel 2022, Emanuele Giordano, l'organizzatore della Fiera Nazionale del Panettone e del Pandoro, ha lanciato l'idea di un museo del panettone, alla quale ha dedicato un premio²⁷.

4.3 Certificazione produttori artigianali che utilizzano materie prime naturali

Dal punto di vista della conoscenza qualitativa del prodotto, sarebbe utile far sapere al pubblico che i panettoni non si distinguono, quanto ai metodi produttivi, solo in “industriali” e “artigianali”. Questi ultimi, infatti, possono essere definiti tali sia che siano stati realizzati con materie prime naturali,

²⁷ Premio del Museo Nazionale del Panettone®, prima edizione: 25/11/2023

(i “mix”). Per la legge italiana, infatti, è definibile artigiano sia chi ha la professionalità per creare prodotti di pasticceria utilizzando ingredienti come farina, zucchero, uova, frutta etc., sia l’assemblatore di semilavorati industriali. Il problema non è, naturalmente, che questi “mix” vengano utilizzati – alcuni danno vita anche a prodotti egregi – ma che poi quei panettoni vengano venduti allo stesso prezzo dei panettoni autenticamente artigianali. A ruota, bisognerebbe rendere chiaro quali sono i negozi dei pasticceri che lavorano con le materie prime naturali, in modo che tutti possano sapere quali sono i panettoni “artigianali” nel vero senso della parola. Entrambe le istanze potrebbero essere soddisfatte istituendo una certificazione. Dovrebbe essere erogata da un organismo terzo, non da un’associazione di categoria, e dovrebbe essere comunicata in maniera efficace.

4.4 Nucleo di pasticceri che garantiscano la “milanesità” del loro panettone

Per panettone “milanese” intendo un panettone che sia caratterizzato dal bouquet di aromi che fino a qualche decennio fa era comune alla maggior parte dei panettoni realizzati artigianalmente a Milano e provincia, quando non esistevano ancora i semilavorati (i “mix”). Le caratteristiche della versione “autoctona” del panettone potrebbero essere sommariamente definite come una minore

dolcezza e una minore aromaticità rispetto a quelle che si sono affermate più a Sud. Un gruppo di produttori artigianali milanesi e della Città metropolitana potrebbe colloquiare per mettere a fuoco con maggior precisione in che cosa consista questo quid, e poi istituire una certificazione con veri controlli. Questa è un'impresa ancora più difficile. La speranza che l'obiettivo si concretizzi è legata allo sviluppo di una delle nuove identità di Milano: città turistica. La ristorazione tipica milanese, grazie alle richieste dei turisti, sta vivendo un grande revival²⁸. La pasticceria potrebbe seguire a ruota, o almeno così ci auguriamo.

²⁸ Vedi: <https://www.gamberorosso.it/notizie/notizie-ristoranti/milano-ritorno-tradizione-risotto-cotoletta-osso-buco/>

Bibliografia

- AA.VV. *7 giornalisti cercano la bontà*, Milano, Aracne, 1941
- AA.VV. *Cinquant'anni d'un manifesto*, Milano, Sidalm, 1984
- AA.VV. *Dolce Natale*, Firenze, Fratelli Alinari, 2004
- AA.VV. *Milano 1881*, Milano, Giuseppe Ottimo, 1881
- Alberini, Massimo, *Storia del panettone*, Milano, Sidalm, 1981
- Artusi, Pellegrino, *La scienza in cucina e l'arte di mangiar bene*, Firenze, 1891 ed. Vallardi, 1979 redatta sull'ultima edizione curata dall'autore nel 1910
- "Bentornato Biffi Scala" in *Gran Milan* n. 26 dicembre 1988
- Boini, Rita e Sforza, Raffaella, *Natale a tavola*, Lugano, Todaro Editore, 1997
- Boni, Ada, *Il Talismano della Felicità*, Roma, Edizioni della Rivista Preziosa, 1927, III ed. 1931
- Busnelli Teresio e Scolari Fulvio, *Manuale della pasticceria italiana*, II edizione, Pinerolo, Chiriotti Editori, 1997
- Buzzati, Dino, "Il panettone non bastò" in *L'Europeo* n 323, 2 gennaio 1952 poi in *Il panettone non bastò*, Milano, Mondadori, 2004 pagg. 41-49
- Calzini, Raffaele, *Milano fine Ottocento*, Bologna, Massimiliano Boni Editore, 1991
- Capatti, Alberto, "Appendice", in *Pellegrino Artusi, autobiografia*, Bra, Arcigola Slow food, 1999

- Casati, Carlo “L’antica usanza del ciocco natalizio presso i milanesi” in *Archivio per lo studio delle tradizioni popolari: rivista trimestrale*, Palermo, Luigi Pedone Lauriel, 1882-1906 vol. 6, 1887, pagg. 168-169
- Cattabiani, Alfredo, *Calendario*, Milano, Rusconi, 1988, ed. 1994
- Cazzamini Mussi, Francesco, *Lo spirito meneghino attraverso i tempi*, Milano, Ceschina, 1950
- Cesca, Anna, “E senza panettone che Natale è?”, in *Gran Milan*, n. 11 – dicembre 1991 – pagg. 90-91
- Cherubini, Francesco, *Vocabolario milanese-italiano*, Milano, 1839
- Cima, Otto, “La leggenda del panettone”, in *Tempo che fu*, Milano, Bertarelli, 1926, pagg. 75-78
- Ciocca, Giuseppe, *Il pasticciere e confettiere moderno: ...*, prefazione del dott. cav. Alberto Cougnet, Milano, Hoepli, 1923
- Colli, Andrea, *Per una storia della Motta. Da bottega artigiana a impresa di Stato*, s.d., dattiloscritto
- De Marchi, Emilio, *Demetrio Pianelli*, Milano, Galli, 1890
- De Marchi, Emilio, *Milanin Milanon*, Milano, Treves, 1926
- De Marchi, Emilio, *Nuove storie d’ogni colore*, Milano, Libr. edit. Galli di C. Chiesa e F. Guindani, 1895
- Faccioli, Emilio (A cura di), *La cucina italiana*, Torino, Einaudi, 1987, ed. 1992
- Foggi, Guglielmo, *Elogio del panettone: alla maniera di Dante Alighieri, Francesco Petrarca, Giovanni Boccaccio, Ludovico Ariosto, Torquato Tasso, Vincenzo Monti, Ugo Foscolo, Giacomo Leopardi, Giuseppe Giusti, Giosuè Carducci, Giovanni Pascoli, Gabriele d’Annunzio: scherzosamente*, Milano, Ufficio Propaganda Motta [1951?]

Fontana, Giuseppe, *La cucina de Milan*, Cosenza, Editrice “Casa del Libro” Dott. Gustavo Brenner, 1967

Foscolo, Ugo: *Epistolario*, EN, XV, volume 2., Luglio 1804 - dicembre 1808/Ugo Foscolo, a cura di Plinio Carli, Firenze, Le Monnier, 1952

Gosetti della Salda, Anna, *Le ricette regionali italiane*, Milano, Solares, 1967, XIV edizione, 1999

Guarnaschelli Gotti, Marco, *La cucina milanese*, Padova, Franco Muzzio editore, 1991

Il Quattrotra illustrato ovvero la cucina elegante, Milano, Editoriale Domus, 1931, III edizione 1978

In pane vita, Milano, ed. Motta panettoni, 1935

La Motta, oggi, Milano, s.d. [1965?], ciclostilato

Longobardo, Dulcicrene, *Il Manuale degli Artigiani, ossia Raccolta di segreti economici d'arti, e mestieri*, Milano, Gaetano Pirola, 1782, Vol. 2.

Manzoni, Alessandro, *I promessi sposi*, Ed. 1840 (*la quarantana*)

Marinetti, Filippo Tommaso, *La grande Milano tradizionale e futurista*, in *Opere di F. T. Marinetti*, 3° vol., Milano, Arnoldo Mondadori Editore, 1969

Mauri, Giorgio, *Leggende di Milano*, Como, Nuoveparole, 2005

Melloni, Mario, “Le industrie milanesi all’aprirsi dell’esposizione nazionale del 1881”, in *Almanacco della Famiglia Meneghina*, 1977

Montanelli, Indro, per *Milano ha cinquant’anni 1900-1950 ritratto di una metropoli*, a cura di Raffaele Calzini, Milano, Rinascente di Milano, [1950?]

Mora, Luigi, *Il panettone alla Milanese e come si fabbrica. La Pasticceria d’Albergo – Salatini. Piatti cucina. La Gelateria moderna e Semifreddi*, Varallo Sesia, 1955

- Moravia, Alberto, “Panettone, inchiostro e quaderni o Il picche nicche”, in *Racconti romani*, Milano, Bompiani, 1954
- Muratori, Ludovico Antonio, *Annali d'Italia, 6: dall'anno 1001 dell'era volgare sino all'anno 1170*, Monaco, Stamperia di Agostino Olzati, 1762
- Muratori, Ludovico Antonio, “Dissertazione LIX dei semi delle superstizioni ne' secoli scuri dell'Italia” in *Dissertazioni sopra le antichità italiane*, Milano, 1751 ristampa postuma in italiano di *Antiquitates italicae medii aevii, sive dissertationes de moribus, ritibus ...*, Milano, 1738-42
- Nelli, Giovanni, *Il re dei cuochi*, Milano, Legros Felice, 1868, XX edizione, Milano, Luigi Patuzzi, 1932
- Olivieri, Nadia e Pilati, Antonio, *1894-1994: I 100 anni del pandoro*, Verona, Melegatti, 1994
- Papa, Sebastiana, *La nuova cucina dei monasteri*, Milano, Mondadori, 1993
- Perna bozzi, Ottorina, *Vecchia Milano in cucina*, Milano, Martello, 1969
- Porzio, Stanislao, *Natali d'Italia*, Milano, Guido Tommasi editore, 2005
- Porzio, Stanislao, *Il panettone. Storia, leggende e segreti di un protagonista del Natale*, Milano, Guido Tommasi editore, 2007
- Porzio, Stanislao (A cura di), *Il panettone prima del panettone. Da un manoscritto ambrosiano di Giorgio Valagussa*, Milano, Guido Tommasi editore, 2012
- Rajberti, Giovanni, *Fest de Natal*, Milano, 1853
- Rosi, Michele (direttore), *Dizionario del Risorgimento Nazionale*, Milano, Vallardi, 1933

- Sorbiatti, Giuseppe, *La gastronomia moderna*, tip. Bonardi Sogliani, 1866
- Tomasi di Lampedusa, Giuseppe, “La gioia e la legge”, in *Opere*, Milano, Feltrinelli, 1965
- Varon milanes de la lengua de Milan, e Prissian de Milan de la parnonzia milanes*, stampà de neuv in Milano per Gio. Giacomo Como libraro 1606 e ristampato da Giuseppe Marelli del 1750
- Vergani, Orio, *Angelo Motta, 1890-1957*, Milano, Zinchi Altimani, 1958
- Verri, Pietro, *Storia di Milano*, Milano, nella stamperia di Giuseppe Marelli, 1783-98
- Vialardi, Giovanni, *Trattato di cucina, pasticceria moderna, credenza e relativa confetteria*, Torino, Tip. G. Favale, 1854 (rist. an. Sala bolognese, a. Forni, 1986)
- Zezzos, Rossano, “Fiorita di leggende intorno a panettone”, in *La Famiglia Meneghina. Rassegna di vita milanese*, 1953, n. 6, pagg. 7-8
- Zezzos, Rossano, “Il panettone nel Risorgimento”, in *La Famiglia Meneghina. Rassegna di vita milanese*, novembre-dicembre 1961, pagg. 32-34
- Zezzos, Rossano, “Panettone, gloria milanese”, in *La Famiglia Meneghina. Rassegna di vita milanese*, 1953, n. 6, pagg. 2 -3
- Il panettone e altri dolci milanesi*, Milano, libreria milanese, 1999.

Ringraziamenti

Grazie a:

- Salvatore Crapanzano, organizzatore di “Panettone d’Oro, Premio alla virtù civica”, presso la ventiquattresima edizione del quale ho incontrato:
- Franco D’Alfonso, che mi ha fornito lo stimolo fondamentale alla produzione di questo testo e che ne è anche l’editore, in quanto Presidente del Centro Studi Circolo Caldara;
- Ermanno Tritto, che ha collaborato al tentativo di tradurre in realtà una delle proposte qui contenute;
- Stefano Rolando, che ha graziosamente messo a disposizione il suo ingegno per redigere l’immeritata prefazione che apre il volumetto;
- Diego Castagno, che ha tradotto queste pagine di Word in un elegante impaginato PDF scaricabile dal web o stampabile via Amazon;
- Salvatore Crapanzano ancora una volta, perché ha collaborato a tutte le fasi della redazione di questo testo e al tentativo di tradurre in realtà una delle proposte qui contenute.

ALLEGATI



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI MILANO

**DISCIPLINARE DI PRODUZIONE DEL
“PANETTONE TIPICO DELLA TRADIZIONE
ARTIGIANA MILANESE”**

Articolo 1. Denominazione

La denominazione di Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese è riservata al prodotto ottenuto in conformità di questo disciplinare e del relativo Regolamento Tecnico di Controllo delle aziende aderenti al Comitato dei Maestri Pasticceri della Tradizione Milanese.

Articolo 2. Identificazione

Il panettone denominato Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese è identificato dal seguente logo che viene apposto su ciascuna confezione individuale, nello stesso campo visivo che identifica la data di validità consigliata:

“Prodotto di pasticceria, da consumare fresco, entro il” e la indicazione “senza conservanti”

Logo

La denominazione e il logo che costituiscono il marchio di identificazione del prodotto sono di proprietà del Comitato dei Maestri Pasticceri della Tradizione Milanese.

Il marchio è stato depositato il 17.09.2003 presso l'Ufficio Brevetti della Camera di Commercio di Milano ed omologato il.....

È vietato l'uso del marchio su prodotti diversi dal Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese, ivi compresi i panettoni ricoperti o farciti, la colomba ed altri prodotti simili.

È vietato qualunque uso “generico” del marchio che possa far supporre che altri prodotti o tutti i prodotti di una data pasticceria siano oggetto di controllo e tutela da parte del marchio.

È consentito l'uso del marchio sulla carta intestata o sulla carta da confezione della pasticceria, ma esclusivamente con la seguente formula, ben evidente e leggibile: *“Pasticceria autorizzata alla produzione del Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese”*.

Articolo 3. Ingredienti

Per la produzione del panettone artigianale si utilizzano esclusivamente i seguenti ingredienti:

- Acqua
- Farina (Proveniente da produttori riconosciuti dal Comitato)
- Zucchero
- Uova fresche e/o tuorli pastorizzati e/o tuorli congelati
- Latte pastorizzato e/o latte UHT e/o latte condensato e/o lattici fermentati e/o yogurt
- Burro di cacao
- Burro e/o burro anidro
- Uvetta sultanina, scorze di arancia candite, cedro candito (Calibro minimo 8 x 8)
- Lievito naturale (fino al 30.06.04 è consentito di utilizzare lievito di birra nel limite massimo dello 0,01% sulla massa totale)
- Sale

Si possono utilizzare in aggiunta:

- Miele
- Malto ed estratto di malto
- Vaniglia
- Aromi naturali e/o naturali identici.

Non è consentito l'uso di alcun altro ingrediente, ed in particolare di: lievito di birra, amido, grassi vegetali (ad esclusione del burro di cacao), siero di latte e derivati, lecitina di soia, coloranti, conservanti.

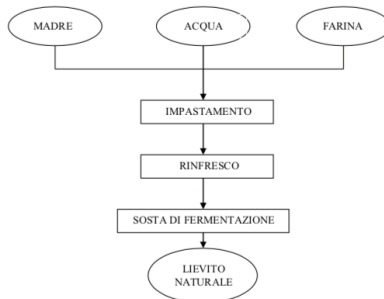
Infine, non è consentito l'uso di ingredienti provenienti da OGM (Organismi Geneticamente Modificati) e si può usare solo farina proveniente da produttori riconosciuti dal Comitato.

Articolo 4.

Il processo di produzione del Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese prevede le seguenti fasi di lavorazione:

a) Preparazione del lievito naturale

Lo schema di preparazione del lievito naturale è riportato nella figura seguente:



Il numero di rinfreschi e le condizioni di incubazione (tempo, temperatura, umidità) che si adottano per ottenere il lievito naturale e la madre sono a discrezione del singolo produttore.

Si intende per "lievito naturale" un impasto costituito da acqua e farina di frumento, acidificato dalla attività fermentativa di lieviti e batteri lattici derivanti dalla madre.

Si intende per “madre” una porzione d’impasto di lievito naturale prelevata da una lavorazione precedente che funge da innesto microbico.

b) Preparazione degli impasti lievitati

Lo schema di produzione del panettone artigianale è riportato in Figura 2. La quantità degli ingredienti, la successione delle aggiunte dei vari ingredienti, il numero di impasti e le condizioni di lievitazione (tempo, temperatura, umidità) che si adottano per ottenere l’impasto finale dipendono dalla scelta del produttore. Tale discrezionalità, che è basata sulla esperienza e tradizione di ogni produttore, contribuisce a creare quella varietà di gusti, aromi e strutture che costituiscono la peculiarità e la ricchezza della produzione artigianale.

c) Formatura

La fase di formatura condiziona l’ottenimento dell’aspetto finale del prodotto; viene tradizionalmente realizzata attraverso le seguenti operazioni:

spezzatura, cioè porzionatura dell’impasto finale lievitato;

“pirlatura”, cioè arrotondamento delle porzioni d’impasto;

posa dei “pirottini”, cioè deposizione dell’impasto negli stampi di cottura.

d) Lievitazione finale

La lievitazione finale si realizza nello stampo di cottura in condizioni di tempo, temperatura ed umidità dipendenti dalla esperienza personale dell’artigiano; durante la lievitazione si opera la “scarpatura” che consiste nell’incidere la superficie superiore dell’impasto con un taglio a forma di croce.

e) Cottura

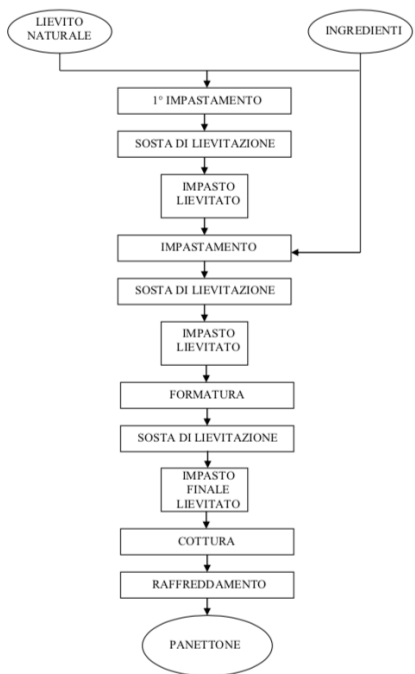
La cottura è di circa 50 minuti a 190° per pezzatura da 1 Kg.

f) Raffreddamento

In questa fase è previsto il capovolgimento del prodotto.

Al termine del raffreddamento viene stampata o punzonata la data sul pirottino in maniera indelebile.

Figura 2. Schema di produzione del panettone artigianale



Articolo 5. Caratteristiche del prodotto finito

Il Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese è un prodotto da forno a pasta morbida, a lievitazione naturale, avente una tipica forma cilindrica dovuta allo stampo di cottura che rimane attaccato al prodotto finito. La crosta superiore è screpolata e tagliata in modo caratteristico (scarpatura). La pasta presenta una struttura soffice ed alveolata e un aroma tipico della lievitazione a pasta acida.

Il Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese deve contenere:

- non meno del 20 % in peso sul prodotto di uvetta sultanina, scorze di arancia candite e cedro candito sull'impasto (calibro minimo 8 x 8);
- non meno del 10 % in peso di materia grassa butirrica sull'impasto.

Articolo 6. Commercializzazione e vendita

Il Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese che viene esposto al pubblico per la vendita deve essere sempre confezionato, anche, eventualmente, con il solo sacchetto di polietilene trasparente. Sull'involucro più esterno della confezione deve essere chiaramente visibile il marchio.

Il Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese non può essere venduto oltre trenta giorni dalla data di produzione, intesa come data al termine della fase di raffreddamento.

L'etichetta esterna deve riportare la data di produzione e la data di consumo consigliato.

Articolo 7. Autocontrollo e certificazione

La produzione del Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese avviene sotto controllo del Comitato dei Maestri Pasticceri della Tradizione Milanese (autocontrollo). Le norme tecniche dell'autocontrollo sono definite dal Regolamento Tecnico di Controllo, approvato dal Comitato.

Il Comitato individua nella Camera di commercio di Milano l'organo di controllo, nei modi e nei tempi da essa stessa definiti.

Il sottoscrittore del presente disciplinare si impegna a seguirlo nella sua interezza e a sottoporre la propria attività al controllo della Camera di commercio di Milano.

La produzione del Panettone Tipico della Tradizione Artigiana Milanese può essere certificata da un organismo di certificazione di parte terza, accreditato in conformità delle norme UNI EN ISO 45011 e 45012.

DE. CO. MILANO PANETTONE

Scheda allegata alla delibera P.G. 1034992/2007 avente per oggetto: Riconoscimento "De.Co." (Denominazione Comunale) ai prodotti gastronomici tradizionali milanesi "panettone", "michetta", "cassoeula", "risotto alla milanese" e "ossobuco", di cui fa parte integrante, composta da 4 pagine.

IL DIRETTORE DEL SETTORE
ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
Dott. Angelo Menegatti

STORIA

Il Panettone

Le origini del panettone sono antichissime.

Un pane lievitato ricco di uova, burro, canditi, e addolcito con miele, era conosciuto dagli antichi romani.

Pietro Verri, a metà del '700, descrive il "pan de tone" ossia il "pane grande" milanese e lo associa al Natale e ai riti propiziatori che la tradizione collegava a questa festività.

Verri ritiene che comparisse già sulle tavole milanesi del '200, arricchito da miele, zucca e uva secca; l'uvetta serviva per augurare ai commensali fortuna e ricchezza: per forma, dimensioni e colore ricordava, infatti, le monete d'oro.

In pratica il panettone tradizionale milanese era originariamente un grosso pane, alla cui preparazione sovrintendeva il capofamiglia che, prima della cottura, vi incidava con il coltello una croce in segno di benedizione. Precedentemente, per aiutare la lievitazione e come atto di devozione, anche le donne, dopo aver lavorato l'impasto, vi avevano tracciato, con la fede nuziale, un analogo solco a forma di croce.

Il grosso pane veniva poi consumato dalla famiglia solennemente riunita per la tradizionale cerimonia natalizia del "ciocco" o del "ceppo": il paterfamilias prendeva un grosso ceppo di quercia, lo adagiava su un focolare di fascetti di ginepro, spruzzava sulle fiamme del vino versato da un calice, dal quale sorseggiava per primo per poi passarlo agli altri membri della famiglia che, a turno, l'assaggiavano. Gettava, poi, una moneta sul ceppo ardente e successivamente distribuiva altre monete agli astanti.

Infine gli venivano presentati tre grandi pani di frumento ed egli, con gesto solenne, ne tagliava una piccola parte, che veniva riposta e conservata fino al Natale successivo.

Il ceppo simboleggiava l'albero del bene e del male, il fuoco l'opera di redenzione di Gesù Cristo. I pani, progenitori del panettone, simboleggiavano il mistero della Trinità.

Di questa antica suggestiva tradizione sono giunti fino a noi due elementi: la credenza popolare del potere taumaturgico dei resti del "pan grande" consumato a Natale e lo stesso "pan grande" in veste di panettone.

A tale proposito va ricordata la tradizione di mangiare una fetta del panettone, appositamente conservato dal pranzo di Natale, il tre febbraio in occasione della festa di San Biagio, santo invocato nella tradizione popolare contro il mal di gola.

Nel XV secolo ai fornai di Milano, che impastavano il pane dei poveri (pane di miglio, detto pan de mej), era vietato sfornare il pane dei ricchi e dei nobili (pane bianco, detto micca). Unica eccezione era il giorno di Natale, quanto tutti i ceti sociali potevano cibarsi dello stesso pane: era il pan de'sciori o pan de ton, ovvero il pane dei ricchi di puro frumento, farcito di burro, zucchero e zibibbo.

Alla fine del '700 la Repubblica Cisalpina favorì l'apertura dei forni e delle pasticcerie. Il panettone era prodotto durante tutto l'anno in formato piccolo mentre a Natale raggiungeva un peso superiore ai 500 grammi. Al riguardo il Cherubini scriveva che "grande di una o più libbre sogliamo farlo soltanto per Natale, di pari o simil pasta, ma in pannellini si fa tutto l'anno dagli offellai e lo chiamano *panattonin*".

Dopo la restaurazione il Governatore di Milano Fiquelmont era solito offrire il panettone al principe Metternich come dono personale.

Alcune leggende sono fiorite intorno alla creazione del panettone così come lo conosciamo noi. In particolare se ne ricordano tre, collocate temporalmente all'epoca di Ludovico il Moro.

La prima, parla di Ughetto, figlio di Giacomo Atellani (il cui palazzo, dono del Moro, si trovava vicino alla chiesa delle Grazie), il quale si era innamorato di Adalgisa, figlia di un vicino fornaio. Date le umili condizioni della famiglia di Adalgisa, gli Atellani osteggiavano le nozze. Gli affari del fornaio, inoltre, non andavano molto bene.

Per risolvere la situazione, Ughetto, fattosi assumere come garzone dal fornaio pensò di migliorare il pane aggiungendo burro e zucchero. Il successo fu immediato. Una sera aggiunse pezzetti di cedro candito e uova. Il risultato fu ancor più esaltante tutto il borgo faceva la coda alla porta del fornaio per avere quel dolce.

Ovviamente Ughetto e Adalgisa poterono coronare il loro sogno d'amore senza più ostacoli. Una cosa ancora va detta: Ughetto aveva pagato i nuovi ingredienti, molto costosi, grazie al furto di alcuni falchi da caccia del duca, di cui era il falconiere...

	<p>Una seconda storia, sempre collocata al tempo di Ludovico il Moro racconta di un convento di giovani suore, alle quale si prospettava un povero e triste Natale. Una di loro, suor Ughetta, pensò allora di aggiungere zucchero, uova, burro e pezzi di cedro all'impasto del pane, poi tracciò con il coltello una croce sulla crosta che, cuocendo e indorandosi, formò vistosi rilievi, tuttora tipici dei panettoni più tradizionali.</p> <p>Si noti che "Ughetto" e "Ughetta" suonano, in dialetto milanese, come "uuetta", componente tradizionale del dolce.</p> <p>Una terza leggenda narra di un pranzo tenuto alla corte di Ludovico il Moro alla vigilia di Natale. Il dolce preparato per chiudere con successo il fastoso banchetto... era bruciato durante la cottura.</p> <p>Uno sguattero di cucina che si chiamava Toni, trovò un rimedio: con gli avanzi di quello bruciato aveva precedentemente preparato per i suoi amici un dolce. Si decise, in mancanza di meglio, di servire quello. Inaspettamente il dolce di fortuna fu accolto da fragorosi applausi e, in un istante, andò a ruba: era nato il "pan de Toni", il panettone.</p> <p>Attraverso il Rinascimento, l'epoca moderna, l'epoca dei lumi (ce ne dà testimonianza l'illuminista Verri), il Risorgimento, il panettone arriva fino a noi.</p> <p>Negli anni 30 del secolo ventesimo Angelo Motta, fondatore dell'omonima industria dolciaria, ebbe l'idea di renderlo più alto facendolo cuocere in forme di carta che fasciavano l'impasto, ne favorivano la crescita verticale e gli conferivano l'aspetto che oggi tutti conosciamo.</p> <p>Nel dopoguerra le due industrie dolciarie di Angelo Motta e di Gino Alemagna portarono al successo mondiale il panettone, facendolo conoscere ovunque come simbolo di milanesità... e di Natale.</p>
<p>INGREDIENTI</p> <p>per un panettone di tre chili o due da un chilo e mezzo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1.350 g. di farina bianca • 450 g. di burro • 350 g. di zucchero semolato • Qualche cucchiaino di latte • 200 g. di uva sultanina • 250 g. di lievito di pasta di pane • 50 g. arancia e cedro canditi a pezzettini • 10 – 12 rossi e tre uova intere • sale
<p>RICETTA</p>	<p>Far lievitare bene, in un tovagliolo infarinato, il lievito di pane, che sarà uno dei fattori fondamentali per una buona riuscita, lasciandolo raddoppiare di volume in un luogo tiepido e senza umidità. Dovrebbero bastare circa due ore.</p>

Predisporre circa 150 grammi di farina sulla spianatoia, sbriciolarvi il lievito, sciogliendolo con un poco di acqua tiepida, incorporare man mano la farina, fino a formare un impasto morbido e omogeneo.

Formato un bel panetto, coprirlo con un tovagliolo in una terrina infarinata e lasciarlo riposare per tre ore.

Trascorso il tempo, rimettere sulla spianatoia 200 grammi di farina e disporre al centro la pasta lievitata nelle tre ore.

Ammorbidire e sciogliere la pasta di lievito con qualche cucchiaino di latte e unire la farina, lavorandola bene. Impastare con energia e formare una palla da disporre a lievitare, come prima, nella terrina coperta, per due ore.

Tagliare a dadini il cedro e l'arancia candita, ammorbidire in acqua tiepida l'uvetta sultanina, per un quarto d'ora e asciugare bene.

Fare sciogliere a parte 300 grammi di burro, senza farlo friggere. In un altro recipiente fare sciogliere lo zucchero con acqua calda per ottenere uno sciroppo, unire i rossi e le uova intere, lasciare cuocere a bagno maria per intiepidire il composto.

Versare sulla spianatoia un chilo di farina, aggiungere un poco di sale fino mescolandolo alla farina e disporre il tutto a fontana.

Prendere la palla lievitata e porla al centro, unire il burro fuso e stemperare bene. Aggiungere lo sciroppo di zucchero, con le uova, e incorporare poco alla volta tutta la farina rimasta.

Lavorare con forza per buoni venti minuti, facendo amalgamare bene tutti gli ingredienti fino a ottenere una pasta consistente, liscia ed elastica. Alla fine aggiungere l'uvetta e i canditi.

A casa, date le dimensioni del forno, si potrà dividere il composto in due o tre pani.

Ungersi le mani di burro e, arrotondare i pezzi ponendoli su un foglio di carta imburrata e infarinata, per posarli alla fine su un asse di legno.

Lasciarli lievitare per circa sei ore, in luogo caldo e asciutto, senza correnti. La lievitazione è completa quando il volume è più che raddoppiato.

Metterli per qualche minuto al fresco e quindi in forno, a 200-220°. Dopo cinque minuti di cottura, versare sulla croce incisa sulla superficie dei panettoni il rimanente burro, e man mano che procede la cottura, diminuire con cautela la temperatura del forno per non farli bruciare.

Centro Studi Circolo Caldara
Via De Amicis, 17 Milano
www.circolocaldara.com
www.caldarapapers.it
Contatti e Info: centrocaldara@gmail.com

C21.
Centro per la ricerca sull'innovazione
economica e sociale. S.c.
Via Volga, 129. Bari. info@crise21.it