TEMPI

Settimanale

Data 12-11-2014
Pagina 84/86
Foglio 1 / 3

Il mare in SCATOLA

«Siamo nati lungo l'antica via del sale che univa il porto di Genova ai mercati transalpini. È proprio da qui che passavano le nostre acciughe». Quel pesce che da oltre un secolo la famiglia Rizzoli trasforma in prodotti di altissima qualità

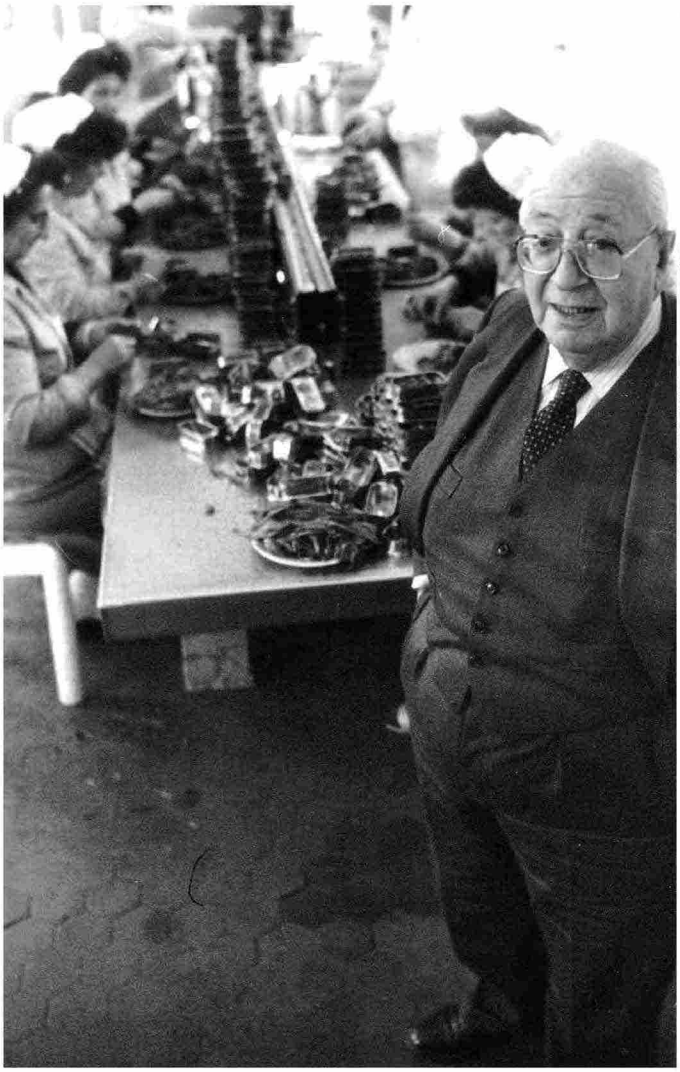
Massimo Rizzoli ad della Rizzoli Emanuelli di Parma. Nell'altra pagina, Aldo Rizzoli, uno dei soci fondatori, e la lavorazione del pesce fresco. Al centro i Filetti di alici in salsa piccante, uno dei prodotti storici dell'azienda, tra i più ricercati sul mercato

NON CAPITA TUTTI I GIORNI di imbattersi in gradevoli specialità gastronomiche sugli scaffali di un normale supermercato. Nemmeno perlustrando in lungo e in largo, come attenti sherpa, le corsie degli store più assortiti ed esclusivi. E poco importa se viviamo nell'epoca dei talent, tipo MasterChef, in cui praticamente chiunque può improvvisarsi cuoco dall'oggi al domani. Se manca la materia prima di qualità, alla fine, c'è poco da fare per far ben figurare piatti e portate. Non è il caso, però, dei celebri Filetti di alici in salsa piccante dell'italiana Rizzoli Emanuelli, azienda che ormai da tempo ha scelto la grande distribuzione come canale privilegiato per diffondere l'acciuga filettata. Un prodotto che ora qualsiasi casalinga può facilmente trovare a una modica cifra, tra una scatoletta di tonno e un vasetto di sgombri in offerta. Anche se, in realtà, si tratta di alimenti che non sfigurerebbero affatto nelle più ricercate gastronomie o negozi di alimentari.

Ciò che sorprende, e non solo le buone forchette, è che nel caso delle alici Rizzoli non si tratta semplicemente di una mera scelta di packaging o marketing. Un espediente commerciale, insomma, magari un po' "vintage" come va di moda adesso e come potrebbero erroneamente indurre a pensare i simpatici tre gnomi col cappello a punta colorato e le barbe bianche abbracciati nel logo dietro lo slogan "Mangiar bene", per mascherare, in realtà, un pesce di qualità mediocre o scadente. Nient'affatto. Perché i tre gnomi, prima di essere ritratti serialmente sulle scatolette d'alluminio che da sempre contengono le sfiziose alici, erano effigiati sulla carta con la quale un pescato-

Codice abbonamento: 109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



re ligure consegnò, già nel 1906, la prima e fortunata partita di acciughe del Mar Mediterraneo ai coniugi Emilio Zefirino Rizzoli e Antonietta Emanuelli, gli inventori dell'azienda che ancora oggi porta i loro nomi. Che, in segno di buon auspicio, salute e longevità, decisero di farne il proprio prestigioso marchio. Un marchio che è garanzia di tradizione e qualità.

La qualità di quelle acciughe dalle quali ancora oggi si ricava il filetto di alice, è giunta fino ai nostri giorni partendo quasi dall'Ottocento. I Rizzoli erano originari di Torino, dove il padre di Emilio, Luigi, fondò nel 1898 la prima azienda di filettatura e confezionamento, prima che la seconda generazione decidesse di trapiantare lo stabilimento a Parma, dove sorge tutt'ora. Una storia particolare, spiega a *Tempi* Massimo Rizzoli, amministratore delegato e membro della quarta generazione della famiglia: «Siamo nati lungo l'antica via del sale, che collegava Genova a Torino. Era una delle principali direttrici su cui transitavano le merci che provenivano dal porto: pesce, spezie e altre rarità dall'Oriente. Ma soprattutto il sale, allora pesantemente tassato. I contrabbandieri erano soliti mascherare i preziosi barili contenenti cloruro di sodio con strati di acciughe per occultarlo alla vista dei gabellieri. Noi, invece, compravamo le acciughe per prepararle e rivenderle». Un mestiere che ancora oggi la sua famiglia svolge con notevole successo.

Una salsa piccante inconfondibile

Le acciughe Rizzoli erano e sono un pesce azzurro freschissimo dei mari del Mediterraneo. Un pesce che oggi proviene prevalentemente dalle acque al largo delle coste spagnole, croate, tunisine e anche italiane, dove pescare, però, è diventato sempre più difficile. «L'acciuga – spiega Rizzoli, la cui azienda gode della certificazione di sostenibilità "Friend of the Sea" – viene pescata e immediatamente comincia la lavorazione. La stagione della pesca inizia a maggio e termina a settembre», quando, con i primi freddi, le ▸

Codice abbonamento: 109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

A sinistra, un barile di alici salate. La lavorazione del pesce comincia subito dopo la pesca

acciughe tornano a nuotare a profondità maggiori e non si possono più pescare. Ed è forse anche per questo motivo che Rizzoli Emanuelli ha da sempre puntato sull'offerta di un «prodotto di qualità» elevata, piuttosto che su «chili e chili di pesce a discapito della qualità. Non è quello per cui siamo nati». E lo testimonia anche il motto in latino racchiuso nel marchio "Ante lucrum nomen", ovvero la reputazione prima del guadagno. E i fatti lo dimostrano.

Altro tratto distintivo dell'azienda è il fatto che «la lavorazione dell'acciuga in Rizzoli è da sempre al 90 per cento frutto della manodopera femminile». Non c'entrano le quote rosa, sia chiaro. Semplicemente le donne di Rizzoli, come già la fondatrice Antonietta Emanuelli, si sono conquistate il loro posto con il merito, perché «hanno una manualità e una precisione superiori», spiega fiero Rizzoli: «Sanno scapare le acciughe una ad una (togliere la testa, ndr) come la maggior parte degli uomini non sarebbe mai in grado di fare, sfilettarle con cura, salarle con la giusta dose e prepararle per la stagionatura», che può durare mesi e mesi. Un know how, per dirla in termini moderni, difficilmente replicabile.

«LE DONNE HANNO UNA MANUALITÀ CHE NESSUN UOMO RIESCE AD AVERE. LE NOSTRE DIPENDENTI ADAGIANO ANCORA OGGI MANUALMENTE OGNI SINGOLO FILETTO DI ALICE ALL'INTERNO DEI CONTENITORI»

Ma ciò che rende inconfondibili in tutto il mondo le alici Rizzoli è soprattutto la famosissima salsa piccante della linea forse più celebre e apprezzata, quella nella scatoletta color oro. «È una ricetta di origine piemontese che la mia famiglia si tramanda a voce da generazioni», riferisce Massimo Rizzoli. «E il primogenito è ancora oggi l'unico a conoscere le dosi esatte e i tempi di cottura di ogni singolo ingrediente». Quello che pubblicamente si sa è soltanto che la salsa, «la cui composizione è rimasta segreta per cento anni, viene fatta bollire e lasciata maturare in botti da 50 litri l'una. Pensi che solo per il timore di alterare le proporzioni degli ingredienti, non abbiamo mai cambiato le dimensioni delle botti, anche se, da quando i volumi di produzione sono aumentati, ci sarebbe convenuto utilizzarne di più grandi. Ma abbiamo preferito non farlo».

La tradizione, nel corso degli anni, ha imparato a convivere con l'innovazione di processo e di prodotto che in Rizzoli Emanuelli è da sempre di casa, come dimostra l'ampia gamma di prodotti offerti sul mercato, ad esempio i filetti di sgombro e il tonno in vasi di vetro in diverse grammature. Alcuni aspetti della produzione, però, non sono mai cambiati: il riempimento delle scatolette in alluminio è fatto ancora manualmente; e pure il materiale scelto per le confezioni è ancora lo stesso, perché in grado di conservare i sapori in modo unico. «Le nostre dipendenti – conclude Rizzoli – ancora oggi adagiano manualmente ogni singolo filetto di alice all'interno dei contenitori insieme alla salsa». E proprio quelle scatolette, così adatte per contenere i filetti di alici, sono realizzate dal medesimo produttore di un tempo. A un certo punto ha persino rischiato di chiudere, ma Rizzoli non l'ha permesso, investendo capitale per scongiurare il pericolo.

Oltre i confini dell'Oceano

Rizzoli, che soltanto cinque anni fa fatturava 16 milioni di euro, ha chiuso l'esercizio fiscale 2013 superando quota 28 milioni di euro. Un quinquennio di crescita costante che sembra destinato a proseguire, come dimostrano i primi dati del 2014. Una marcia trainata anche dalle nuove linee di prodotto caratterizzate da innovativi pack flessibili, come le Rizzoline e i Filetti di alici del Mar Cantabrico. A conferma che l'innovazione, sempre insieme alla tradizione, sono oggi i principali punti di forza dell'azienda che finora è stata capace di investire costantemente in ricerca e sviluppo per avere prodotti di alta qualità, in formati all'avanguardia e distintivi. L'estero, indubbiamente, rappresenta la nuova frontiera per Rizzoli Emanuelli, che vi guarda con crescente interesse e curiosità. Non si tratta solo della Spagna, della Croazia e di tutti gli altri mercati europei dove i suoi prodotti sono già conosciuti e apprezzati. Ma nei piani ci sono anche il Canada, il Nord America, il Giappone e l'Australia. Paesi dove l'offerta di pesce non manca, ma sorprendentemente i gusti e le scelte di consumo sono potenzialmente il linea con la ricchezza di esperienza e sapore che l'italianissima Rizzoli è in grado di offrire. Persino varcando i confini degli Oceani.

Matteo Rigamonti

Codice abbonamento: 109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.