

## Lode in economia casearia

Enrico Carretta, classe 1975, alla fine degli anni '90 è riuscito in un'impresa singolare: ha aperto un caseificio a ridosso del centro di Milano. E se pensate che Enrico ha intrapreso questo percorso imprenditoriale dopo la laurea alla Bocconi, potrete capire a fondo il significato del Centro della mozzarella. Ora gestisce quattro punti vendita e rifornisce alcuni tra i più prestigiosi ristoranti della città

di Fabio Butturi

uando il ritorno alle origini non è una sterile operazione vintage ma una strategia che sposa il marketing e il palato, allora sì che se ne vedono delle belle. Basta girare l'angolo di via Brembo, a Milano, al civico 1 di via Benaco, esattamente

di fronte all'ufficio visti del consolato cinese, che la vetrina del *Centro della mozzarella* sarà lì a raccontarvi una storia di questo tipo, fatta di marketing, palati esigenti e tradizioni gastronomiche. E il riferimento al marketing non è generico, è la matrice di tutta questa storia. E come

in ogni storia c'è un protagonista, il nostro si chiama Enrico Carretta, un set, che dal negozio-laboratorio nelle adiacenze di corso Lodi si è poi spalmato in "esterni" sul territorio milanese, e un plot narrativo. Nel caso di Enrico la storia è quella di un giovane lucano, salito nella metropoli



Enrico Carretta assieme ai suoi collaboratori.

lombarda come altri conterranei per abbracciare l'eccellenza del sistema formativo italiano: l'Università privata Luigi Bocconi.

Classe 1975, Enrico decise che di quella laurea non sapeva cosa farsene. O, meglio, le competenze sono servite per raffinare l'estro manageriale, il cosiddetto "pezzo di carta" è rimasto invece cristallizzato in cornice.

Siamo alla fine dei '90, l'immigrazione dal Sud è ormai sedimentata e con essa la diffusione di prodotti alimentari del Mezzogiorno, e le mozzarelle non facevano certo eccezione.

Se qualcuno però si immagina scoramento di fronte a un mercato così affollato ha sbagliato film; Enrico si ricorda dei consigli paterni («Quando c'è tanto successo, tutti arraffano, ma le cose poi gli cadono di mano. Tu devi ripartire dalle cose che sono cadute agli altri») e decide di battere proprio quella pista. E il metodo non poteva che essere quello empirico, avvalendosi degli amici come cavie volontarie durante cene e aperitivi domestici. A quel punto entra in scena il co-protagonista, EMANUELE Lico, di quattro anni più vecchio, key account manager per prestigiosi marchi del food beverage. Dall'amicizia nasce il sodalizio e l'idea di portare un caseificio lucano in prossimità di quella che negli anni '60 era la prima periferia milanese.

Certo, il contrasto è di quelli che stridono parecchio, ma è forse da questa apparente contraddizione, tra l'eco in dissolvenza delle masserie e l'opaca geometria dell'edilizia post-bellica della capitale morale, che s'innesca la scintilla. O, perlomeno, si genera l'identità del Centro della mozzarella, che sancirà però il successo di pubblico per ragioni decisamente più pragmatiche: il formaggio.

La decisione è stata univoca e immediata: declinare il sostantivo "qualità" senza eccezioni grammaticali. Tutta l'attenzione è rivolta all'ingrediente principe, il latte. La scelta ricade su un caseificio di Galgagnano, pochi chilometri di distanza e l'esclusiva per loro, in quel di via Benaco. E così da ottanta capi di bestiame l'azienda agricola ha quasi quadruplicato (le bestie sono trecento). La ragione? Se prima



Enrico Carretta mostra una mozzarella di produzione propria.

l'allevatore conferiva a soggetti che pagavano a sessanta giorni, adesso il pagamento è quotidiano, oltretutto ad una tariffa per litro superiore alla precedente.

Come avrebbe potuto rifiutare il titolare della Cascina, proiettato dall'anonimato dell'agro lodigiano al *jet-set* meneghino? E oltre al latte sullo scaffale refrigerato deposita anche i tagli da 125 grammi di burro e lo yogurt di bufala. Patti chiari, dunque, amicizia lunga, recita il proverbio, e il gioco è fatto.

Si fa per dire, perché il gioco, quello vero, comincia prima che il gallo canti, nel laboratorio nel retro bottega. Sono le 4:30 quando i due casari cominciano a cagliare. La prima produzione viene riservata ai negozi (gli altri si trovano in via Teodosio, in via Lomellina, al Mercato comunale Wagner più il Patisse, in via Lamarmora), la seconda fase della lavorazione viene dirottata verso i ristoranti. Complessivamente 15 quintali di latte quotidianamente si trasformano in circa 200 chili di mozzarella.

I primi latticini a materializzarsi dalla cagliata sono la mozzarella campagnola e il nodino, che trattiene maggiormente il sale e ha una pasta più nervosa e croccante.

Con il passare del tempo e il consolidarsi della fama dei negozi, dietro alle vetrine si è assistito al proliferare di variazioni sul genere, la più golosa delle quali è sicuramente la burratina, chiusa con un laccetto





Formaggi di capra: pecorino e stracchino.

e impregnata di panna, sulla falsariga della stracciatella. E, a voler esagerare, la burratina viene proposta anche con un cuore cremoso di gorgonzola.

Tutti elogi al colesterolo che al Centro della mozzarella sono più che giustificati dalla gratificazione del gusto. Se poi entrano in scena i virtuosi della cucina pop, come Davide Oldani, la burrata si fonde con cacao e panna per un composto che lascia estasiati sia come aperitivo sia come nota dolce al termine del pasto.

Visti i volumi in continua lievitazione e l'indice di gradimento che ha ben presto sconfinato oltre i limiti del quartiere, Carretta ha deciso di specializzarsi in negozio di prodotti tipici: lucani, pugliesi e calabresi.

La ratio che ispira il paniere è sempre quella: l'artigianalità dei prodotti, che si tratti di pecorini sardi, pugliesi o lucani o di caprini piemontesi. Anche i pastifici e le pasticcerie che collaborano con il Centro della mozzarella rispettano questo requisito, per le trecce piacentine come per i tortelloni ripieni di scamorza affumicata e radicchio, zucchine e menta o carciofi.

I risultati si vedono. E si sentono. Dal caciocavallo misto mucca e bufala si passano in rassegna i già citati pecorini, lo sformatino di ricotta e la più semplice ricotta di latte vaccino, la sfoglia farcita (pasta di mozzarella tirata e farcita con salmone, speck, crudo o verdure), il primo sale. La

lista della spesa potrebbe continuare con panna cotta, yogurt e budini, lavorati e confezionati *intra moenia* con macchine apposite. Anche il pane è nel solco del compromesso: cuore e testa sono nel Sud, le braccia a Milano. Il pane di grano duro viene infatti cotto nel forno a legna da un panettiere originario di Altamura, in forma da tre o cinque chili.

Allo stato attuale i salumi sono relegati in secondo piano, qualcosa del Salumificio Emmedue di Picerno, in provincia di Potenza: pancetta, salsiccia dolce e piccante e soppressa. Dalla terra dei due mari anche i sottoli, involtini di tonno e acciughe, lampascioni, pomodorini secchi, peperoni ripieni di tonno, carciofi alla brace e olive giganti. Della saga "I magnifici del Mezzogiorno" lo scaffale di fronte alla vetrina frigo annovera pescetti piccanti, Dynamite (la ricetta dinamitarda è la seguente: peperoncino, pomodori, funghi, melanzane, olio extra vergine, capperi ed erbe aromatiche), confetture di cipolla rossa e di peperoncino e passata di pomodoro. A marchio Pasquale Carretta, tanto per restare in famiglia, ci sono gli strudel a fette (ripieni di amarene) e i calzoncelli di mandorla. A seguire, nella sezione più dolce, fichi caramellati, confetture, le più sfiziose quelle di pere alla cannella e mele alla liquirizia.

A un bel momento dal negozio sono partiti spontaneamente segna-

li "sentimentali" verso i santuari della ristorazione più patinata della "downtown Milano", presto captati e corrisposti nell'esclusiva zona di Piazza Affari e in altri angoli glamour del centro città. E i nomi si commentano da soli, Marchesi e Bianco Latte, per esempio, e la catena di California Bakery, sbarcata anche su questa parte del globo, o il Bagel factory, per restare in odore di esterofilia. Tra gli hotel, il Four Seasons, il Park Hyatt, il Grand Hotel de Milan e l'Armani di via Manzoni. Eppure c'è tanto altro che bolle in pentola. O che potrebbe arrivare al punto di ebollizione. Porto Cervo dice nulla? Beh, nell'esclusiva creatura dell'Aga Khan, Mozz'art propone la cagliata in presa diretta, davanti a una platea sicuramente poco avvezza alle pratiche casearie. Il casaro elabora trenta diverse ricette a base di mozzarella. E se si replicasse il medesimo spettacolo a Milano? Per il momento quel che c'è basta a fare felici Enrico ed Emanuele, le sette commesse, i due casari e i due addetti al lavaggio. L'anagrafica dei clienti degustatori, purtroppo, sarebbe troppo complicata da gestire. Almeno in questa sede.

Fabio Butturi

## Centro della mozzarella

Via Benaco, 1 – 20139 Milano Telefono: 02 55219286 E-mail: <u>info@mozzarellaparty.it</u> Web: <u>www.centrodellamozzarella.it</u>