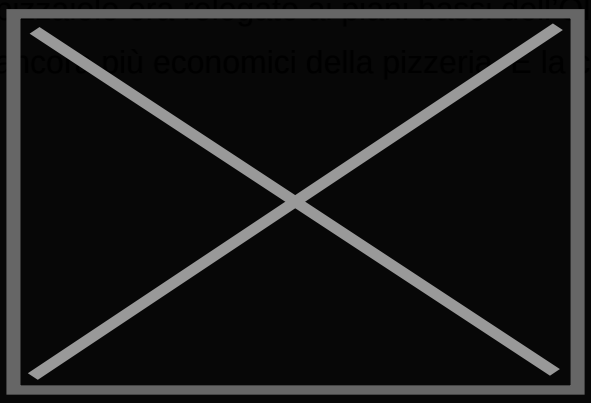
Dalla pizza parte la nouvelle vague dell’arte bianca

pizza-evidenza-06b2657d

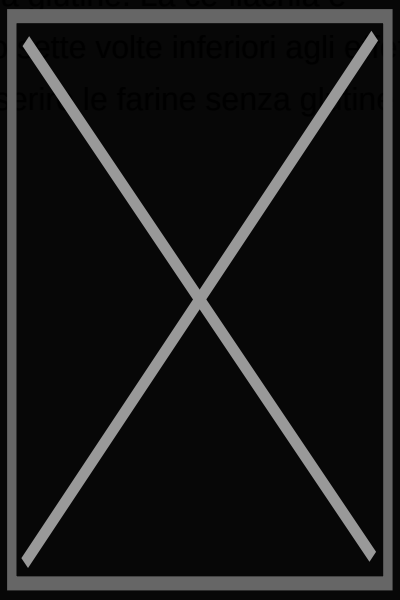
C'era una volta la farina. Bianca e di frumento. Poi sono arrivati nuovi cereali da Paesi lontani - Teff, Kamut, Quinoa - e sono stati "riscoperti" quelli legati alla tradizione: farro, avena, grano saraceno. La moda forse, ma anche esigenze salutistiche hanno trascinato questo nuovo corso, e tutto fa pensare che il ritorno ai cereali integrali tipici della dieta mediterranea sia un trend destinato a consolidarsi. Un tempo il pizzaiolo, tutto impegnato a roteare dischi di pasta, aveva una gamma di ricette limitata. La pizza era un prodotto da sabato sera, che costava poco e cui si richiedeva un gusto accettabile, scelta più per abitudine e per stare in compagnia che per esigenze gourmand. Tutto tecnica ed esperienza, il pizzaiolo era relegato ai piani bassi dell'Olimpo della ristorazione. Poi sono arrivati i ristoranti etnici, [illegible] più economici della pizzeria e la crisi ha fatto da grande spazzino, ridimensionando i consumi.



Risultato: oggi la 4 stagioni non basta più per allettare un consumatore evoluto e sfuggente, preoccupato per la salute e il portafogli, che esce meno la sera e quindi sceglie con cura dove mangiare, controllando le recensioni su TripAdvisor. Spazio quindi a una pizza sana e gourmet con meno sale, ingredienti freschi e di stagione, e, soprattutto, farine integrali che sprigionano tutto il gusto del cereale. È infatti questo l'identikit della pizza nuova, sdoganata da uno studio dell'Università di Glasgow che ha dimostrato come sia possibile, variando gli ingredienti, ridurne il carico nutrizionale e ricondurla a un pasto perfettamente bilanciato. «Una risposta ai nutrizionisti che scoraggiano il ricorso a pasta e pizza nella dieta quotidiana», dice Piero Gabrieli, direttore marketing di Molino Quaglia. Che spiega come si stanno affermando sul mercato farine

integrali, ricche di minerali e vitamine: «Negli ultimi anni si è creato un gruppo di pizzaioli che si sono messi a studiare le tecniche di lievitazione e le materie prime, creando ricette nuove e trasformando la pizza in un prodotto da gourmet. E il consumatore finale è oggi più aperto a queste novità». C'è poi il ritorno a tecniche antiche e più sane come la lievitazione naturale. «Il lievito madre ha proprietà uniche. Non è una moda ma un fenomeno ormai consolidato. Non è però semplice utilizzarlo a livello professionale, perché richiede una lievitazione più lunga», spiega il manager.

Un'altra tendenza che si sta affermando è quella delle farine senza glutine. La ce-liachia è un'intolleranza grave e sottostimata (i casi diagnosticati sarebbero molte volte inferiori agli effettivi) verso la quale c'è sempre più attenzione. «Abbiamo iniziato ad inserire le farine senza glutine per il



mercato dei celiaci - spiega Sabrina Dallagiovanna, responsabile marketing Molino Dallagiovanna -, ma ora la richiesta è aumentata perché mangiare gluten free è anche una moda, lanciata da star come Miley Cyrus e Gwyneth Paltrow. Dal punto di vista tecnico c'è stata una grande evoluzione, per cui oggi le farine senza glutine si usano e si lavorano come quelle tradizionali, e danno gli stessi risultati in termini di gusto e consistenza».

C'è poi la richiesta da parte degli operatori di testare altri cereali, nuovi gusti. «Ad esempio l'avena, o il germe di grano. Esalta il gusto del cereale e si lavora come le farine normali. Dalla pizza, che ha fatto un po' da apripista, insomma, l'uso di cereali alternativi al frumento si è esteso ad altri settori come quello della pasta fresca». Le stesse farine sono spesso declinate anche per la pasticceria, per lo più restia a sposare le esigenze salutistiche. «Ma siamo in fase di accelerazione - dice Gabrieli - perché il cliente finale richiede più salute e leggerezza anche nei dolci, e un minor carico calorico. Il tutto senza che venga alterato il gusto "classico"». Ed è proprio questa la sfida.

L'utilizzo delle nuove farine è poi anche un mezzo per differenziare la proposta in un mercato probabilmente sovradimensionato come quello delle pizzerie. Per fare questo però sono richieste competenza tecnica, voglia di cambiare e rimettersi in gioco, e creatività. Le aziende propongono vari corsi avvalendosi di professionisti di calibro, come Dallagiovanna che collabora con Achille Zoia, Walter Zanoni, Gianluca Guagneli e Giancarlo De Rosa e con le scuole Cast Alimenti e Alma.

Diversa è la filosofia di Molino Quaglia: «Il pizzaiolo oggi ha bisogno di qualcosa in più per emergere - dice Gabrieli -. Nel corpo docente dei nostri corsi all'Università della Pizza ci sono tecnici, nutrizionisti, esperti di marketing e cuochi. Noi trasmettiamo le competenze tecniche e stimoliamo la creatività dell'allievo spingendolo a mettere a punto ricette personali, che possano essere apprezzate dal pubblico». Insomma, la pizza, dopo secoli di storia, sembra pronta ad affrontare il nuovo millennio.

La nouvelle vague dell'arte bianca

La new wave dei pizzaioli innovatori

Farine speciali ed integrali, le più innovative