Tra storia e tradizione

È tra i prodotti più consumati in Piemonte e alla sua diffusione è legata la nascita del piatto più simbolico e conviviale della regione, la bagna cauda. Vi raccontiamo come una valle di alpini e contadini è diventata il crocevia del commercio di acciughe

La via del sale e il salto in Val Maira Così l'acciuga si fa piemontese

Come una volta La festa degli acciugai si tiene ogni anno a Dronero

Sale e acciughe, quanta importanza diamo oggi a questi due alimenti? Non molta. Il sale viene demonizzato e nelle ricette la quantità è indicata con q.b., ma è fondamentale per la salute.

L'acciuga considerata pesciolino povero e poco costoso che in realtà povero non è per niente, è versatile in cucina. Insieme hanno fatto nascere una professione e hanno reso possibile un florido commercio su quella che venne chiamata la via del sale. Un percorso che si snodava dalle coste francesi passando per Sanremo, Oneglia per poi salire a nord fino a superare il col di Nava e, come ci racconta Nico Orengo nel suo libro, è qui che l'acciuga faceva il salto. Scendeva poi verso Limone Piemonte e si dirigeva verso Ceva, Montezemolo e ancora Cuneo fino ad arrivare a Dronero, all'imbocco della Val Maira, punto di incontro dei venditori di acciughe sotto sale. Il pesciolino salato è diventato quello più consumato in Piemonte grazie al lavoro degli acciugai, che non trasformavano il pesce, lo vendevano soltanto, girovagando per Piemonte, Lombardia, Veneto ed Emilia. Alla diffusione dell'acciuga è legata la nascita del piatto più simbolico e conviviale della nostra regione, la bagna cauda a cui da una decina di anni l'Associazione Astigiani ha dedicato il Bagna Cauda day tra fine novembre ed inizio di dicembre.

Sul perché una valle di alpini e contadini sia diventata il crocevia del commercio di acciughe sono molte le ipotesi dove realtà e leggenda si intrecciano. Nel secondo dopoguerra la professione dell'acciugaio ha subìto una trasformazione con il crescere del benessere economico: i mezzi a motore hanno sostituito il carretto di legno di frassino, colorato di blu, che si costruiva nella frazione Tetti di Dronero; le variopinte latte hanno preso il posto dei barilotti di legno; alla vendita di casa in casa è subentrato il posto fisso nei mercati rionali dei centri urbani. Oggi i discendenti di quegli acciugai della Val Maira gestiscono negozi specializzati, alcuni hanno fondato aziende di lavorazione del pesce e altri continuano a fare gli ambulanti come Matteo Castelli, quarta generazione, che prosegue con la tradizione di famiglia iniziata a Milano nel 1919, presente sui profili social con un suo sito www.lanciue.it. Mario Salomone, nipote di acciugai, ricorda l'evoluzione della storia della sua famiglia, ambulanti, proprietari di corner nei mercati comunali, poi l'idea vincente di utilizzare le vaschette sottovuoto per evitare l'odore poco gradevole e diventare fornitori della grande distribuzione, oggi titolare della Sea-fish, importante azienda di importazione e confezionamento di prodotti ittici di qualità.

«Gli ambulanti —racconta — sono ancora lo zoccolo duro, sono molti soprattutto in Piemonte nella zona del Cuneese e Torino rimane la piazza più importante». Erica Castelli, sorella di Matteo, ha realizzato per la Fiera degli Acciugai di Dronero (da due anni sospesa per l'emergenza sanitaria) un filmato ricco di interviste a molti acciugai ormai ottantenni che vivono nell'hinterland milanese, ma con grande nostalgia della loro Valle.

> **Gli ambulanti sono ancora lo zoccolo duro, e Torino è la piazza più importante**

Per approfondire la storia legata a questi luoghi e alle famiglie di acciugai, il Museo Seles all'interno della ex chiesa di San Rocco a Celle di Macra (Cn), vuole essere il punto di raccolta delle testimonianze e della documentazione di tutti gli acciugai della Valle Maira che hanno avuto nei comuni di Dronero, Celle di Macra e Paglieres la loro culla d'origine.

Piera Genta

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SCIARADA
Bistrò & Miscelati
Via Claudio Luigi Berthollet 20d
10125 Torino TO

Il bilancio

Terra Madre piace anche online

L'appuntamento col gusto e la sostenibilità è promosso anche online. Sono infatti oltre 10 milioni i profili digitali raggiunti in 202 Paesi con 1.160 eventi in streaming e in presenza. Chiude oggi con un bilancio positivo la tredicesima edizione di Terra Madre Salone del Gusto. La manifestazione internazionale organizzata da Slow Food, Città di Torino e Regione Piemonte non si è arresa alla pandemia ma ha rivoluzionato il suo format, nei modi e nei tempi, diventando un evento lungo 7 mesi senza rinunciare ad appuntamenti classici, seppur in una veste insolita, dalle degustazioni ai food talk, dagli eventi formativi alla challange su Instagram per il cibo buono, pulito e giusto che ha coinvolto per un mese 3.300 giovani. Secondo una prima stima, gli appuntamenti trasmessi sulla piattaforma e sui social di Terra Madre Salone del Gusto hanno superato il milione e 300 mila visualizzazioni, mentre gli eventi organizzati dalla rete Slow Food in giro per il mondo hanno coinvolto 250 mila partecipanti. Il cibo giusto conquista anche sul web.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VkVSlyMjMDAwMDAtMDAwMC0wMDAwLTAwMDAtMDAwMDAwMDAwMDAwIyMjMDAwMDAwMDAtMDAwMC0wMDAwLTAwMDAtMDAwMDAwMDAwMDAwIyMjMjAyMS0wNC0zMFQxNTo0NzoyMSMjI1Z2FUg==