

IL GIOIELLO DEL GUSTO

La bottega di Zelindo è diventata grande i tartufi Savini tra le 100 eccellenze d'Italia

La rivista Forbes ha inserito l'azienda di Forcoli nella prestigiosa selezione dei migliori produttori del settore food Cristiano racconta il boom di una realtà che fattura 11 milioni: «Merito anche dei segreti "rubati" a nonno»

SAPORIAL TOP

La bottega di paese è diventata un brand. Un'evoluzione che è andata a braccetto con quella del suo gioiello. Perché cent'anni fa il tartufo era un prodotto di nicchia, sconosciuto al grande pubblico dei buongustai. E oggi invece è un pezzo pregiato sulle tavole di tutto il mondo. E c'è una famiglia che è l'emblema di questo percorso. Lo dicono i numeri (il fatturato è di 11 milioni di euro, compresi i locali). E ora lo dice anche l'edizione italiana di Forbes, la rivista che da oltre un secolo è il punto di riferimento del business a livello mondiale, che ha inserito i tartufi dell'azienda forcolese tra le 100 eccellenze del Paese, «una selezione di quanto di meglio offrono piccoli e grandi produttori, in un settore, quello del food, in continua e costante espansione», suddivise in quattro categorie: hotel, ristoranti, prodotti alimentari e vini. «Quando ci penso mi viene il nodo alla gola». Il riconoscimento riempie il cuore di Cristiano, 41 anni, cresciuto a pane a tartufo. Merito di nonno Zelindo, il capostipite, che nel 1920 - da guardiacaccia della Tenuta di Villa Saletta - portò il tartufo ai banchetti riservati agli ospiti, per poi aprire una bottega a Forcoli, nella doppia veste di commerciante e cercatore, prima da solo e poi con il figlio Luciano. Ma la svolta vera, che cambia la dimensione dell'azienda, arriva con la terza generazione.

Tra i protagonisti c'è Cristiano che ha seguito fianco a fianco il nonno fin da bambino, cercando di rubargli i segreti di un mestiere sconosciuto ai più. «Ho provato a fare altro nella vita. Pensavo di diventa-

re architetto, ma poi all'Università c'era l'obbligo di frequenza a Firenze e così ripiegai su economia aziendale». Il servizio militare rompe il feeling con gli studi: «E quando tornai decisi di dedicarmi al tartufo, cercando di mettere a frutto tutto ciò che avevo visto fare e sentito dire a nonno, quando cercava tartufi nel bosco o trattava con un cliente. Per me Zelindo è stato un faro», come per babbo Luciano, che diventò ben presto il riferimento più importante per i ristoranti e le gastronomie locali. «La prima volta che ho messo piede ad Alba - racconta Cristiano - mi hanno rotto il finestrino dell'auto e si sono portati via di tartufi per 11 milioni di lire. Era il 1999. Ero distrutto. Ma ho reagito, ci sono tornato, mi sono fatto conoscere e rispettare. E ora faccio parte dell'Ordine dei Cavalieri del tartufo di

Alba. La tenacia e la passione premiano. E quando mi dicono "sei uguale a tuo nonno" per me è un orgoglio».

Sempre in quegli anni, agli sgoccioli dello scorso millennio, la Savini spinge forte sul piano promozionale «grazie soprattutto agli accordi con la Camera di commercio e con la Provincia: partecipavamo a fiere importanti in tutto il mondo, allora oltre alla volontà di investire c'erano anche le risorse. Questo ci ha permesso, insieme ad altre 7-8 aziende della zona, di essere presenti ai principali eventi dedicati al gusto, da Parigi all'Anuga in Germania, da Cibus a Parma agli Stati Uniti». Stand fondamentali per mettere in vetrina il tartufo, ma non solo: «Quando vai in giro per il mondo devi lasciarti contaminare, aprirti alle altre tradizioni e culture, che possono spalancare anche nuovi mercati. Un esempio? Le patatine al tartufo che vanno forte negli Usa». Ma tutto

questo restando con i piedi per terra, come ha insegnato Zelindo: «Il tartufo va venduto tutto. Gli "stellati", per esempio, vogliono soltanto "pezzi" da un etto in su. Ma la clientela è varia. E comunque, i tartufi belli o brutti si vendono, quelli rotti li trasformi», in una linea gastronomica che è l'emblema del "tartufo tutto l'anno".

Senza mai dimenticare che un anello fondamentale della catena è il cercatore: «Ormai è diventata una moda andare a far tartufi, ma vedo anche tanta gente che pensa di trovarli facendo due passi dopo essere scesa dalla jeep. Non è così semplice. E ricordiamoci anche che il tartufo è un termo-

metro dello stato di salute dell'ambiente, che va rispettato: nasce soltanto dove c'è un equilibrio perfetto. E in questo senso l'innalzamento delle temperature e gli sbalzi non aiutano». Un'altra chiave del successo è... la Toscana: «Qui ne abbiamo per tutti i gusti. Dal marzuolo allo scorzone, oltre ovviamente al più prestigioso, il bianco». Uno scrigno che tredici anni fa ha messo nelle mani di Luciano e Cristiano un tartufo bianco da record: 1,497 grammi, venduto all'asta a un magnate cinese per 330.000 dollari, il cui ricavato fu devoluto in beneficenza. «Mi avevano offerto 60.000 euro, ma scegliemmo un'altra strada. Che ci ha portato bene. Quella notizia fece il giro del mondo, segnando la

svolta per la nostra azienda» che garantisce il ciclo completo: raccolta, selezione, pulizia, confezionamento e consegna, dal tartufo fresco a quello lavorato (a cominciare da olio, salate, affettati, pasta e creme).

«Coi genitori e la sorella guida una società con 22 dipendenti e altri 70 nei locali»

«La prima volta ad Alba mi ha hanno rubato tutto: ora sono cavaliere dell'Ordine»

«Una delle chiavi della svolta? Il "pezzo" da 1,5 chili trovato da me e babbo nel 2007»

«Per me il tartufo non è soltanto business, ma una missione, una filosofia»



Anche se «non è tutto oro quel che luccica, sia ben chiaro. I sacrifici sono tanti» per far girare un'azienda che nel 2019 ha ricevuto 10.000 visitatori ed esporta in 50 Paesi, che ha anche una serie di locali, dai Tartufotto di Milano e Fidenza alle «Botteghe» di Firenze, Roma, Torino e Prato, con alcuni «corner» anche in Giappone: «Andare in giro per il mondo significa stare lontano dalla famiglia, e non è facile. E poi...». E poi il pensiero va inevitabilmente a Carlo - il fratello che non c'è più, morto a 24 anni in seguito a un incidente

stradale nel 2016 - e «a tutte quelle volte che gli ho cambiato il pannolino...». Il dolore spezza la voce di Cristiano, che trova la forza di guardare avanti, insieme a mamma Carla, babbo Luciano e alla sorella Romina, che portano avanti un'azienda-gioiello con 22 dipendenti (capitanati dal braccio destro della famiglia, Luca Campinoti), ai quali se ne aggiungono 70 che lavorano nei vari format di ristorazione. «Per me il tartufo non è soltanto business, ma una missione, un concetto. Una filosofia». Da abbracciare in tutto il suo gusto al Savini Museum all'interno della sede di Montanelli, tra storia dell'azienda, caccia al fungo ipogeo nei boschi della zona (la Truffle Experience) e degustazioni. -

FRANCESCO TURCHI



In alto a sinistra Cristiano Savini, accanto suo padre Luciano e qui sopra i tartufi dell'azienda forcolese