



Sono molti i passaggi che trasformano il grano in pasta: dalla trebbiatura alla macinazione, all'Obermalid quasi tutto si svolge direttamente al maso.

—INTERVISTA

La pasta, un affare di famiglia

Obermalid, Sant'Osvaldo, Castelrotto.

La famiglia Malfertheiner coltiva cereali, ha un piccolo mulino e produce pasta con le uova e la farina del proprio maso. La piccola produzione è il frutto dell'ingegno e della pazienza di papà Max, di mamma Brigitte e del figlio Philipp.

alma
Dalla nostra terra.
Per la nostra tavola.



Brigitte Malfertheiner con una confezione di fusilli fatti a mano: “Con la nostra farina faccio di tutto: pane, torte, spätzle”.



Negli ultimi decenni i cereali sono scomparsi dalla maggior parte dei masi, voi invece li avete reintrodotti. Come mai?

Max: Una volta la coltivazione dei cereali era molto diffusa in questa zona, e anche all'Obermalid era una risorsa economica importante. Abbiamo voluto riportarla in vita per utilizzare i nostri cereali.

Brigitte: Con la nostra farina faccio di tutto: il pane, le torte, gli spätzle. Ne consumiamo di sicuro quanta ne vendiamo.

Max: (sorride) Beh, non esageriamo.

Avete dodici mucche da latte, settemila galline e offrite anche vacanze in agriturismo, mentre al piano interrato della vostra casa produce a mano fusilli, campanelle e pizzoccheri. Come siete diventati pastai?

Philipp: Ho fatto un corso in Germania dove ho imparato a fare la pasta all'uovo. Così da una cosa ne è nata un'altra e abbiamo deciso di avviare la coltivazione dei cereali e la produzione della pasta. Era più o meno il 2017. Oggi coltiviamo cereali su circa un ettaro.

Max: All'epoca al maso avevamo dei campi inutilizzati. Per le mucche era sufficiente il fieno dei nostri pascoli e le galline non avevano bisogno di tanto spazio. Tra l'altro le nostre galline allevate all'aria aperta fanno sempre uova troppo grandi per la vendita ma perfette per la pasta. Oggi arriviamo a una produzione di circa 1.500 chili di cereali all'anno: non è una grande quantità, ma per la nostra pasta integrale utilizziamo esclusivamente la nostra farina.

Cosa coltivate e quali sono i passaggi dalla terra alla tavola?

Philipp: Continuiamo a sperimentare cose nuove. Abbiamo iniziato con il grano duro, il cereale più classico per la pasta. Ma non ha funzionato bene, così ora per la pasta utilizziamo solo farro e grano saraceno. Quest'ultimo in realtà non è un cereale, ma ci serve per i pizzoccheri. Coltiviamo anche segale e orzo, ma solo per ricavarne farina e chicchi.

—Per la nostra pasta integrale utilizziamo esclusivamente la nostra farina.

Max: Di solito siamo io e Philipp a occuparci dei lavori nei campi. Svolgiamo tutte le fasi di lavorazione qui al maso – trebbiamo, essicchiamo e maciniamo i nostri cereali da soli – tranne l'operazione di decorticazione del farro, per la quale andiamo in Venosta. Il mulino viene azionato di sera, così la mattina Brigitte o Philipp lavorano la farina fresca per fare la pasta.

Philipp: L'essiccazione all'inizio era l'operazione più difficile.

Brigitte: Sì, è il momento più delicato, in cui molte cose possono andare storte. Se la pasta si secca troppo velocemente si sgretola durante la cottura; se invece si secca troppo lentamente si forma la muffa. Philipp ha digitalizzato l'essiccatore, così l'umidità dell'aria si regola automaticamente.

Dove vendete la vostra pasta e gli altri vostri prodotti?

Brigitte: La pasta, la farina e i chicchi li vendiamo soprattutto al negozio Konsum Markt di Castelrotto e in una bottega di contadini a Merano. Inoltre prepariamo i cesti natalizi, per i quali va via ogni volta qualche centinaio di confezioni di pasta.

Max: Ogni tanto un ristorante acquista un paio di chili di pasta o di farina, ma non è stata ancora avviata nessuna collaborazione continuativa.

La pasta integrale da voi prodotta è diversa dalla tipica pasta da supermercato. Ha un colore più scuro, un sapore più intenso e un prezzo più elevato. È per questo che i ristoratori sono così esitanti?

Brigitte: Da noi il germe resta nella farina integrale. Il che rende la pasta più nutriente e saziante, ma naturalmente le dà anche un



sapore più complesso, diverso da quello dei prodotti industriali a cui il palato si è assuefatto.

Max: Il fatto che sia più sana, anche perché nel campo non utilizziamo pesticidi, alla ristorazione al momento non sembra interessare. È più importante il prezzo. Sappiamo di essere più costosi, ma non acquistiamo neppure un grammo di cereali, produciamo tanta pasta quanta ne permette il nostro campo.

Brigitte: Quello che ci dà veramente fastidio è che alcuni ristoranti riportano sul menu i nostri prodotti tutto l'anno, per esempio scrivendo "Strudel con farina dell'Obermalid", ma in realtà ne hanno acquistato solo un chilo. Se non si fa sul serio, allora è meglio non scriverlo nemmeno sul menu.

Se la domanda aumentasse e diventasse continuativa, valutereste di espandere la produzione?

Max: In effetti le potenzialità ci sono. Avremmo la possibilità di coltivare più cereali. Ma quel che facciamo, lo facciamo soprattutto per idealismo, il nostro sostentamento non deriva certo dalla produzione della pasta. Se la domanda dovesse aumentare, naturalmente sarebbe più semplice acquistare dei cereali per incrementare la produzione. Ma non sarebbe coerente con i nostri principi. Su questo siamo irremovibili.

Philipp: Se in futuro coltivassimo magari cinque volte tanto – grazie a clienti affidabili – potremmo anche vendere a prezzi più convenienti.

Brigitte: È questo il vero punto chiave. Se un ristorante ci dicesse "ogni anno ve ne acquisto una quantità predefinita", allora potremmo pianificare e sviluppare un po' di più le colture. Ma serve pazienza da entrambe le parti. I cereali non crescono su ordinazione.

Tre cose che puoi imparare dall'Obermalid

Local highlight. Per dare visibilità ai prodotti locali non è necessario rivoluzionare tutto il menu. Un solo piatto con la pasta di provenienza locale, valorizzato come proposta speciale, è sufficiente – e per molti clienti rappresenta un valore aggiunto.

Alleati in cucina. Cuoche e cuochi hanno spesso più influenza di quanto si pensi – chi riesce a convincerli a provare e a utilizzare i prodotti locali ha già fatto un passo importante.

L'entusiasmo è contagioso. Le produzioni di nicchia sopravvivono solo se sono portate avanti dalle generazioni successive, non per obbligo ma per convinzione. Questo vale sia per i produttori che per chi intende collaborare con loro.



Dietro ciascuno di questi ritratti c'è il network **alma**. Nella regione dolomitica Alpe di Siusi, quello che arriva in tavola non nasce mai per caso. È il frutto della stretta collaborazione tra chi ha un'attività agricola e chi si occupa di ristorazione. Si concordano le quantità, si organizzano i percorsi e si decide insieme cosa coltivare e come farlo arrivare dalla terra alla tavola. Nasce così un circuito economico locale in cui domanda e offerta si incontrano all'insegna della fiducia reciproca e dell'affidabilità.

alma non è né un marchio né una campagna promozionale, bensì un network che dà visibilità a una collaborazione concreta, profondamente radicata nella quotidianità di chi qui lavora e porta avanti la propria attività.

—seiseralm.it/alma