Giovanni Tagliapietra

"Sono Alberto Pica"

Gelatiere, leader rivoluzionario e irresistibile capopopolo, sindacalista e imprenditore

L'ESERCENTE EDITORE

Giovanni Tagliapietra

“Sono Alberto Pica”

Gelatiere, leader rivoluzionario e irresistibile capopopolo, sindacalista e imprenditore

Con i contributi di Maria Pica, Claudio Pica,
Evelina Pica, Roberta Pica,
Piergiorgio Tupini, Antonello Giuffrida e Patrizia Cecchi

L’Esercente Editore

Testi
di *Giovanni Tagliapietra*

Immagini tratte dall'archivio fotografico
di AEPER

Finito di stampare
nel mese di gennaio 2018
da Pubblimax Srl Roma tel. 06-5503605
pubblimax_m@libero.it

Pubblicazione
fuori commercio

PREFAZIONE

Omaggio a un pioniere contemporaneo

di **Giovanni Tagliapietra**

Alberto Pica, gelatiere, leader carismatico e irresistibile capopopolo, sindacalista, imprenditore. Ed altro ancora. Cavaliere del commercio, sognatore e visionario, scomodo, irritabile e irritante, generoso e insieme stakanovista fino all'inverosimile al punto da spremere fino all'inverosimile collaboratori e dipendenti, costretti a convivere con la imprevedibilità, la volubilità, l'approssimazione. Insomma, un personaggio a tutto tondo che in tanti hanno conosciuto ma che pochi hanno conosciuto veramente dietro la maschera umile e schietta. Tutto questo è stato il "Presidente", un uomo che con i gelati ha fatto la sua parte a Roma, che ha "contato" nella seconda metà del secolo scorso, che – come racconta qualcuno con rimpianto e un po' d'invidia – sapeva sussurrare ai potenti, giocando con i politici e con la politica riuscendo peraltro a non scottarsi. Insomma un personaggio a tutto tondo, noto a tanti ma veramente visto, dietro la maschera, solo da pochi intimi. E' mancato l'1 ottobre 2015, lasciando un vuoto che il figlio Claudio lentamente sta cercando di riempire. E' venuta l'idea di parlarne, per evitare che la sua eredità vada dispersa, che la sua figura finisca banalizzata e che la foto-santino un po' alla volta ingiallisca e si confonda. Lo vogliamo ricordare e raccontare in queste pagine (non celebrarlo, non lo avrebbe mai sopportato, le celebrazioni e le enfatizzazioni di qual-

siasi tipo lo irritavano), nelle sue dimensioni pubbliche e private perché riteniamo che sia opportuno ed utile far conoscere gli aspetti meno conosciuti sullo sfondo delle idee, dei sogni, delle piccole e grandi rivoluzioni che hanno caratterizzato la sua vita. Per fare questo è opportuno contestualizzarlo, rapportarlo a quel periodo storico vivace, convulso, e in rapida evoluzione che lo ha visto crescere e che ha caratterizzato il nostro paese, gli anni dello sviluppo, del boom e dell'assestamento, e della presa di coscienza di un settore, quello del commercio, che si è rivelato uno dei motori trainanti della economia italiana. L'Italia era ed è rimasta una realtà economica trainata da una rete di piccole imprese, e tra queste il commercio e gli esercizi pubblici hanno giocato sempre un ruolo importante. Soprattutto a Roma, la Capitale, la città della burocrazia e del turismo. Parliamo soprattutto degli anni Sessanta, degli anni Settanta, e via via dei periodi successivi fino all'assestamento-stallo che ancora oggi condiziona in modo pericoloso il nostro paese. L'Italia non è e non sarà mai l'America, il paese delle opportunità, dove basta un'idea vincente per fare fortuna; ma chi ha avuto testa, fantasia, spirito di iniziativa, lungimiranza, come l'Alberto Pica di cui stiamo parlando, ha quasi sempre trovato lo spazio per fare molto, per aprire nuove strade, per disegnare scenari nei quali altri si sarebbero poi cimentati. Pioneri dei tempi moderni, in un certo qual modo, persone capaci di vedere oltre, di immaginare, di sognare. E di trascinare tutto e tutti in avanti. Ce ne sono stati tanti, uomini e donne con una marcia in più, con il fuoco addosso, si diceva una volta. Certamente con una grande e acuta intelligenza, con fantasia, creatività, capacità innata di innovare, con una visione strategica che va al di là della estrazione sociale,

Con la moglie Maria nel giorno
del loro matrimonio (14 giugno 1962)

Appena dietro a Giulio Andreotti e Luciano Lucci
(presidente Confcommercio Roma) durante
l'inaugurazione della sede dell'AEPER (1977)

Il locale di via della Seggiola (metà anni '70)

della formazione, del livello culturale. Sembra un discorso enfatico, nella premessa di un libro che racconta un personaggio. Ma non lo è. E' invece la traduzione in termini descrittivi di una analisi, di fredde e distaccate considerazioni. Ci sono personaggi che muovono le montagne, altri che seguono. Ma questi pionieri non sono necessariamente personaggi da film, anzi, raramente sono in prima fila. Molto spesso sono ingombranti, scomodi, affatto piacevoli. Spesso vengono sottovalutati e fraintesi. E Alberto Pica non era affatto facile, il carisma fa amare e odiare le persone che lo esercitano, quel piccolo grande uomo (quante volte lo hanno chiamato così...) ha avuto certamente anche connotazioni fortemente negative, limiti caratteriali, che hanno finito per condizionare le persone che gli stavano intorno, mettendo a dura prova la resistenza e la lealtà dei collaboratori, segnando pesantemente e determinando la vita dei familiari. La signora Maria, prima di tutti, che non ha mai abbandonato e non abbandona tuttora il suo posto di comando dalla cassa (piedistallo rialzato) della gelateria di famiglia, la Seggiola, circondata dalle fotografie di Alberto. E che ha vissuto al suo fianco una vita, dal fidanzamento nei primi anni Sessanta, fino alla scomparsa dopo una lunga e dolorosa malattia. In prima fila, da protagonista, consigliera attenta e tutt'altro che discreta. Non c'è dubbio che Alberto Pica rientri in una particolare categoria umana. Senza retorica e piaggeria. Lungimirante e innovatore. A lui sono dedicate queste pagine, buttate giù senza tante riletture e risciacquature in Arno, come si suol dire. Si tratta di poche note della storia di un uomo e della sua famiglia. Non è un romanzo e non è un manuale. Ma dalla lettura si potranno forse trarre utili insegnamenti di vita.

Al fianco di Giulio Andreotti durante la relazione all'Assemblea dell'AEPER del 1969

L'uomo che sussurrava ai potenti

Per capire il Pica leader e innovatore, il Pica pioniere moderno bisogna fare un passo di lato e dare uno sguardo al personaggio sotto il profilo umano. Io lo conoscevo bene, potrei dire parafrasando il titolo di un celebre film del secolo scorso. Nel bene e nel male, per dirla tutta. Alberto Pica è entrato e uscito nella mia vita più volte, per oltre trent'anni e alla fine il rapporto si è chiuso con un saldo attivo. Ci siamo apprezzati a vicenda, credo, abbiamo discusso e perfino litigato. Senza mancarci di rispetto e senza essere veramente amici. Aveva l'innata capacità di farti sentire in colpa, in torto, anche quando palesemente non lo eri. Vinceva lui e basta. Dopo una discussione non se la prendeva troppo ma ti teneva a distanza per un po', non smaltiva in fretta delusioni e arrabbiature. E te le faceva pesare. Aveva idee chiare, prima e più degli altri, con delle intuizioni clamorose. Le condivideva con le persone di fiducia ma non ammetteva passi falsi, sbavature, arretramenti. O le cose si facevano come voleva lui o non andavano bene. E guai a forzargli la mano. Lui sì, invece, che agiva di forza, con una azione arrembante e insistente. Otteneva tutto o quasi tutto, sul piano della trattativa sindacale e politica, riusciva a met-

Con il Sindaco di Roma Nicola Signorello e l'Assessore alle Scuole Alfredo Antoniozzi nel corso di un'intervista in occasione della prima edizione di "Gelato a Primavera" (1986)

tere i potenti del momento, in Comune, in Regione, nelle Confederazioni, nella scomoda condizione di dovergli dare ragione. Ma siccome, con il senno di poi, le sue idee erano quelle giuste, il giudizio storico a posteriori è ampiamente positivo. Aveva il rispetto di tutti, se lo era guadagnato. E questo è quel che conta. Con la sua collaborazione qualche tempo fa scrissi un libro dedicato alle gelaterie romane e del Lazio "Fuori pista" (era il titolo del volume), quelle cioè che spesso sfuggono ai circuiti turistici principali e che non figurano nelle guide specializzate. A chi potevo rivolgermi se non a lui? Mi diede una grossa mano, mi fornì contatti, materiali e diverse chiavi di lettura di un settore che tutti pensano di conoscere solo per aver preso un cono da un bancone pieno di colori e che invece nasconde realtà inesplorate. Mi guidò attraverso i segreti del gelato, mi "iniziò" al rito del gelato artigianale, ne sapevo poco e imparai molto. Come consumatore prima di tutto. Pubblicammo in appendice un prezioso elenco ragionato di tutti gli esercizi da "bollino blu" nella capitale e nella regione, una Bibbia ancora attuale e utile dopo anni; ma si risentì per un giudizio non del tutto positivo che mi permisi di dare – nella mia piena libertà di autore – su una gelateria del centro, tra le più blasonate, che a mio avviso aveva perso un po' in qualità. Il proprietario era consigliere influente della Associazione Gelatieri, non si poteva mettere in discussione, se la sarebbe presa (e puntualmente accadde) e avrebbe creato problemi. Capii molto più tardi che c'era anche un discorso personale, affettivo dietro. Pazienza. La realpolitik di Pica contro una recensione legittimamente negativa, insomma. Ci furono discussioni anche in merito a un suo sponsor che alla fine si era tirato indietro, ci avevo fatto conto. Ma è un discorso sul quale non vale la pena spendere una parola in più. Mi tenne il muso per qualche tempo, poi decise che si poteva tornare a dialogare e me lo vidi comparire in redazione con

Alla premiazione della corsa podistica internazionale "Amatrice-Configno" insieme al suo organizzatore Emilio Di Ianni

un paio di vaschette di gelato. Era fatto così. Dopo sono rimasto sempre attaccato a lui, alla signora Maria, al figlio Claudio. Mi sono sempre considerato di famiglia e quella di Pica l'ho frequentata a lungo. E come uno di famiglia sono stato trattato, nel pubblico e nel privato, nelle piccole cose di bottega, nelle convention di gelatieri, nelle occasioni "politiche". Il rapporto è durato anni. E quando se n'è andato, consumato dalla malattia due anni fa, ho scritto al volo un ricordo con le lacrime agli occhi che dicono abbia lasciato il segno.

Insieme al Presidente della Fiera di Rimini Lorenzo Cagnoni alla consegna del premio "Vita da Gelatiere" ad Adalberto Ornelli (2014)

Quella profondità che non ti aspetti

Quando lo incontrai per la prima volta e anche molto più avanti – confesso – non capii nulla o quasi del personaggio che mi saltava intorno sparandomi addosso a raffica le spiegazioni della sua iniziativa del momento. Carico di tensione e di entusiasmo. Riempiendomi di idee, di dati, di suggestioni. Non voglio far finta di ricordare, parliamo di quasi 40 anni fa, il primo episodio è confuso e tale deve restare. Quel che emerge prepotente dalla memoria comunque è la sensazione di forza, di determinazione. Mi convinse quasi subito, le sfide piacciono anche a me, anche io ho l'ambizione di saper leggere tra le righe e di saper guardare oltre. L'oggetto era una manifestazione sui gelati da pubblicizzare – per me una novità assoluta, mi occupavo di tutt'altro in quel periodo – il mio direttore dell'epoca mi aveva chiesto di dare un'occhiata alla faccenda, di valutarla e di trarne per il giornale il massimo vantaggio. In redazione veniva spesso gente a proporre le iniziative più affascinanti e bizzarre, serviva un filtro per capire in fretta ed evitare passi falsi. In quell'occasione il filtro ero io. Ci misi un po' a capire che non era una iniziativa estemporanea, buttata lì, ma che dietro c'erano una logica, una strategia, un obiettivo. C'era una categoria intera in movimento e una filosofia legata all'impresa e a quel particolare prodotto, il gelato, che negli anni Pica avrebbe prepotentemente imposto alla ribalta. Inutile nasconderselo, non conoscevo l'argomento e non

Insieme al campione Paulo Roberto Falcao nell'anno dello scudetto della Roma (1983)

Con il "capitano" Francesco Totti (2013)

avevo idea di quale mondo girasse attorno a Pica e alle sue invenzioni. Ma mi affascinò. Mi chiese se ero disposto a fargli da sponda, a dargli spazio sul quotidiano per il quale lavoravo, e ottenni via libera alla collaborazione. Devo ammettere che fu entusiasmante, e alla fine estremamente gratificante. Pica ti faceva girare la testa, "bucava" gli appuntamenti, accumulava ritardi assurdi, ma poi trovava risposte e soluzioni a tutti. Era una garanzia, una sicurezza. Dietro sollecitazione del responsabile marketing dell'epoca mi ci applicai con un certo divertimento, con intensità. Nella vita di un giornale non si butta via niente, anche le cose meno "nobili" hanno un senso giornalisticamente parlando. E quella cosa sembrava funzionasse davvero. Finii per prenderci gusto e giocare con Pica sugli sviluppi della classifica delle gelaterie che pian piano si andava delineando con la crescente partecipazione di clienti e dei lettori che segnalavano gradimenti e gusti preferiti. Intuii che c'era una regia, una "sua" regia, un obiettivo da raggiungere. Io ero uno strumento, consapevole ma pur sempre uno strumento. Trovammo una singolare sintonia, probabilmente ci scoprimmo con reciproca soddisfazione. Ed emerse un Pica diverso da quello che superficialmente si poteva cogliere da una chiacchiera frettolosa. C'era una profondità inattesa. Ne venne fuori un uomo attento, scrupoloso, talvolta fine psicologo, capace di cogliere e di interpretare gli umori e i gusti del pubblico. C'era del senso in quello che faceva e un po' alla volta il suo disegno diventava comprensibile. Come quell'antico gioco della Settimana Enigmistica, quello che ti invita a unire con un tratto di penna diversi punti fino a far emergere una figura compiuta. Quello che non ti aspetti, insomma, da un curioso personaggio che ti piomba in redazione a tradimento con la scusa di farti omaggio di una vaschetta del suo gelato. Fu un rapporto molto fruttuoso sul piano umano. Almeno per quanto mi riguarda. Cominciò un festival continuo di idee, di provocazioni, di articoli,

Bambini all'ingresso della gelateria di via della Seggiola durante la prima edizione di Gelato a Primavera (1987)

di inchieste, il concorso per la gelateria più amata dal pubblico andò avanti a lungo, ogni settimana una mezza pagina, la foto e il pezzo su una gelateria, una giovane collaboratrice batteva uno alla volta gli esercizi indicati da Pica secondo un suo personale criterio, foto, intervistina, classifica. E si scatenò la corsa al coupon, l'interesse per la classifica cresceva di settimana in settimana. I gelatieri entrarono nel gioco incentivando la raccolta dei coupon, che affluivano al giornale sempre più numerosi. Un successo clamoroso, alla fine. Che a Pica servì per fidelizzare ulteriormente i titolari di decine di gelaterie sparse per la capitale, per rafforzare la sua organizzazione. Poi le cose finiscono, ma il rapporto resta e si cementa. Flash di memoria che si cristallizzano nei particolari, come il momento clou che tanti miei colleghi dell'epoca ricordano ancora con nostalgia e tenerezza quando a sorpresa la sera Alberto Pica piombava in redazione con un paio dei suoi collaboratori accompagnato da grandi vaschette di gelato. Portava anche le coppette, i cucchiaini e i tovagliolini. Ricordo che si interrompeva di botto il lavoro e tutti correvano a festeggiare. E a gustare il gelato. Il direttore faceva finta di niente. Del resto si trattava di un prodotto di prima scelta, veniva direttamente dalla gelateria di Alberto, sotto il Ministero di Grazia e Giustizia, a via Arenula.
E chi non conosceva o non conosce la Seggiola, governata da Pica per oltre quarant'anni assieme alla moglie Maria e alle figlie? Un pezzo di storia di quella fetta di centro storico. Un locale - raccontano - che all'inizio del secolo scorso apparteneva ad una famiglia (Zitelli) proprietaria di 5 mucche che faceva pascolare in riva al Tevere, e che faceva rientrare nella stalla che era posta nel retro di quella che oggi è una delle più blasonate gelaterie di Roma. Una storia d'altri tempi, romantica, fatta di lavoro e di grande passione e dedizione. Con quelle poche mucche, oltre al latte, si faceva il gelato, strana coincidenza. Poi è arrivato Alberto Pica con la famiglia e quel luogo

Vicino ad Oscar Mammì, all'epoca Assessore al Commercio del Comune di Roma nel corso dell'Assemblea dell'AEPER (1971)

è diventato leggenda nel vero senso del termine. Tutti i locali storici della capitale hanno le pareti tappezzate di fotografie di clienti illustri, a Roma c'è solo l'imbarazzo della scelta, tra attori, politici e calciatori. Foto ingiallite e impolverate di un'epoca che fu, di solito. Ma la Seggiola è ancora ai primi posti in classifica delle gelaterie capitoline, è citata nel Gambero Rosso, e se ha annoverato tra i clienti storici personaggi del calibro di Sandro Pertini e Giulio Andreotti ha tuttora una solida fama e aficionados da copertina. Tutto meritato. Ha una solida e variegata clientela, è logisticamente strategica, a due passi dal Lungotevere, da Campo de'Fiori, da Largo Argentina, sul piano della qualità, poi, parliamo di eccellenza: la Seggiola vanta oltre 50 gusti, i cavalli di battaglia sono i gusti al riso con le varie declinazioni, riso alla panna, riso alla cannella, il ciocco-riso, riso alle fragoline, miele-arancio, ricotta e pere. Golosi e clienti affezionati sono stati in sequenza quasi tutti i Guardasigilli e i loro collaboratori. Le finestre del Ministero di Grazia e Giustizia si affacciano praticamente sui tavolini della gelateria di Pica. Basta parlare con la signora Maria per mettere in fila un numero infinito di aneddoti aventi come protagonisti Martinazzoli, Martelli, Zagari, Darida, Mammì, Carraro, Rutelli e altri personaggi noti e meno noti del palcoscenico nazionale e capitolino. In quell'angolo di Roma maturavano chiacchiere, confidenze, accordi di ogni tipo. A due passi dal portone della Seggiola c'era il quartier generale di Paris Dell'Unto (il mitico "Pàrise", grande tessitore della politica capitolina negli anni del centrosinistra, qualcuno oggi lo ricorda con un certo disagio, ma all'epoca contava parecchio), e consiglieri comunali ed assessori erano di casa nel locale.
Questo aspetto di Pica all'inizio, ripeto, non mi era chiaro. Mi piaceva pensare di essere un privilegiato, scoprii che riservava questo trattamento attrattivo, coinvolgente, anche ad altri, e un po' ci rimasi male. Ma era il suo modo di entrare con irruenza

Alla premiazione di Carlo Verdone durante l'Assemblea dell'AEPER (2004)

nelle situazioni, nelle iniziative, nei progetti costringendo tutti con la forza delle idee e della simpatia a condividere il suo punto di vista. Un atteggiamento vincente. La collaborazione a distanza proseguì a lungo, più avanti attraverso il sostegno a tutte le sue iniziative legate al gelato. Perché lui "era" l'uomo del gelato. Faceva crescere la sua associazione di gelatieri, affermava la filosofia del gelato artigianale, costruiva giorno dopo giorno una fitta rete di rapporti nazionali e internazionali. Aveva intuito che il gelato artigianale poteva avere un passo diverso da altri prodotti, e che lo spingere sulla riscoperta di sapori genuini e antichi significava cavalcare in anticipo una battaglia per il prodotto genuino, di qualità che avrebbe investito tutti i settori della alimentazione e che avrebbe conquistato il pubblico. Solo il termine artigianale valeva il prezzo del biglietto, lasciava intendere la possibilità di trovarsi davanti a qualcosa di semplice e "pulito" senza l'aggiunta di additivi, conservanti, aggreganti, coloranti caratteristici del prodotto industriale. L'artigiano è un elemento positivo, fa da sè e non lavora alla catena di montaggio, ha una produzione ridotta e controllabile, a chilometro zero. Insomma, appare più rassicurante. E fa tendenza. Pica ci ha lavorato sopra a lungo, e attorno a questi concetti è riuscito ad affermare dei principi importanti validi in assoluto, ad imporli alla platea italiana, ma anche ad acquisire dei bisogni in certo qual modo indotti, innescando un nuovo e moderno meccanismo di sviluppo. Oggi il gelato industriale, tanto diffuso, importante e apprezzato negli anni del boom economico è in ombra. L'ice cream è ormai marginale in Italia e perde terreno nel mondo. Ma per vincere ci vogliono regole chiare, come ha più volte ribadito Vincenzo Pennestrì, presidente della Associazione Italiana Gelatieri. Per poter essere definita "artigianale", innanzitutto l'attività deve avere oltre ad un laboratorio all'interno dell'esercizio, anche la presenza dell'artigiano gelatiere. In questa ottica non si possono

Immagine dalla trasferta in Giappone per promuovere il gelato italiano nel Paese del Sol Levante (1988)

definire realmente "artigianali" alcune catene di gelaterie che in questi anni stanno riempiendo molte città Italiane (come ad es. Grom e La Romana) che puntano molto sul marketing ma non hanno certo finalità di valorizzare il vero gelato artigianale. Un obiettivo fondamentale è quello di far rispettare i parametri per fare un buon gelato artigianale italiano che non si avvicini al modello "industriale" ma che abbia nella sua realizzazione, l'estro e la fantasia del gelatiere. Il gelato "deve" essere artigianale a tutti i costi, le gelaterie artigianali sono spuntate come funghi ovunque e il problema di poter attribuire una "patente" di qualità è diventato sempre più urgente. Un effetto collaterale di non poca importanza e per il quale Alberto ha assecondato il figlio Claudio nella creazione e nello sviluppo della associazione degli "ambasciatori" gelatieri in Italia e nel mondo. Un club esclusivo di primi della classe, maestri gelatieri pronti a caricarsi sulle spalle il ruolo di "apostoli" e di portare il messaggio di Pica in Italia prima e nel mondo poi. Gli ambasciatori nel corso di questi ultimi anni hanno realizzato eventi formativi in diverse regioni, hanno creato regole e protocolli, hanno determinato un vero e proprio salto di qualità nella operazione- gelato artigianale. E dunque mettiamo in fila: l'Associazione Italiana Gelatieri (oggi presieduta da Vincenzo Pennestrì), l'Accademia della cultura enogastronomica, l'Accademia del Gelato Artigianale il club degli ambasciatori del gelato italiano nel mondo. Le creature di Alberto e Claudio Pica funzionano a pieno ritmo. Ora tocca al passo successivo, e cioè al riconoscimento della tipicità del gelato italiano a livello europeo. I gelatieri italiani chiedono la "garanzia" del prodotto tipico, il riconoscimento del fattore qualità. Serve un'interfaccia a Bruxelles, serve un intervento strutturale a livello europeo. Ci sta lavorando l'uomo che ha affiancato "il presidente" per anni e che ne ha raccolto poi l'eredità, il figlio Claudio.

Prima Assemblea da Presidente dell'AEPER (1965)

Dalla politica del gelato alla politica di una categoria

Dal Pica il gelataio, l'inventore della formidabile operazione "Il Gelato a Primavera", giunto alla trentaduesima edizione (un modo geniale di far arrivare nelle scuole il prodotto artigianale e di dirottare attraverso una sapiente regia di coupon bambini e genitori nelle gelaterie coinvolte nell'operazione), al Pica politico, al talentuoso e puntiglioso tessitore di rapporti, il leader e rappresentante di una associazione di esercenti capace di esercitare un peso, un ruolo, sul piano della politica del commercio capitolino, il punto di riferimento di una categoria. Era decisamente in gamba Pica, tenace, acuto. Un combattente che logorava gli avversari martellandoli ai fianchi, uno stratega capace che l'atteggiamento dimesso e semplice spesso riusciva a mascherare. Nella sua lunga carriera è entrato e uscito dalle grandi associazioni di categoria, quelle stesse che oggi, restano indietro, appaiono vecchie e superate. Le sue creature associative, oggi dirette con passione e coraggio dal figlio Claudio tengono invece testa a tutti, sono agili, propositive e competitive, interlocutori autorevoli delle amministrazioni locali, segno che le basi erano serie e robuste. L'Aeper per quanto riguarda il commercio romano, e soprattutto l'Associazione gelatieri con tutte

La copertina del depliant che promuoveva l'utilizzo del latte fresco nella produzione del gelato artigianale (2005)

le attività satelliti hanno buoni impianti organizzativi in evoluzione, funzionali agli obiettivi che lo scomparso presidente aveva in testa. Lo "score" politico di Alberto Pica ha dell'incredibile rispetto alla immagine che lui dava di sé negli anni della maturità. Negli anni Sessanta aveva ricoperto ruoli di grande responsabilità nell'ambito delle associazioni di categoria. Altri avrebbero sfruttato quei prestigiosi trampolini di lancio per salire nella classifica, per arrivare ai piani alti, per finire in Campidoglio, in Regione, magari in Parlamento. Lui non ha avuto un rapporto facile con la politica, anche se l'ha attraversata tutta, passando attraverso Giunte ed amicizie di colori diversi; gli hanno attribuito casacche diverse, nel corso degli anni, ma lui le ha sempre allontanate con un sorriso carico di ironia. Preferiva inseguire i suoi obiettivi mantenendo la propria indipendenza coltivando rapporti discreti e duraturi solo con alcuni personaggi. Qualcuno ricorda la sua dimestichezza con casa Andreotti, ad esempio, le frequentazioni dell'allora celebre studio di Piazza San Lorenzo in Lucina, dove passava spesso ad ore impossibili con la complicità della signora Enea, mitica segretaria del presidente. A volte si presentava anche lì con una vaschetta di gelato. Era in familiarità con molti altri, e la rete di conoscenze gli ha consentito a lungo di gestire da una posizione di forza problemi e vertenze di categoria. Con la "nuova "politica è andata meno bene e gli inquilini del Campidoglio degli ultimi anni hanno legato poco con lui. Le categorie del commercio capitolino non sono più riuscite a fare presa sulla amministrazione del Campidoglio, il dialogo, la mediazione sono venuti meno e adesso ricucire è molto più difficile.

Doveroso in ogni caso riportare per sommi capi la "carriera" di Pica. Che ruota attorno ad un punto cruciale: il 19 luglio 1965 assumeva la Presidenza dell'Associazione bar, latterie e dettaglianti, oggi appunto A.E.P.E.R., per governarla ininter-

Davanti alla Prefettura di Roma nel corso dello sciopero per la vertenza sull'introduzione del giorno di riposo settimanale nei pubblici esercizi (1971)

rottamente per oltre cinquant'anni. Un record. Se lo chiamavano "il presidente", se la sua "squadra" funzionava come un orologio di precisione un motivo c'era. Dalla sua cabina di regia ha potuto avere un ruolo importante in alcuni dei passaggi cruciali della evoluzione della sua categoria. Era sostanzialmente "dentro" il sistema. Nel 1970 viene eletto nella Giunta di Presidenza della Confcommercio di Roma, assumendone la carica di Vice Presidente nell'anno 1974; nel 1971 partecipa all'elaborazione della legge sul riposo settimanale nel settore dei Pubblici esercizi; nel 1974, è nelle commissioni per la stesura ed elaborazione della Legge 524 del 1974 recante modifiche alla disciplina del commercio e della licenza di somministrazione di alimenti e bevande; nel 1975 viene nominato come membro di commissione del Comune di Roma per il rilascio delle licenze dei Pubblici Esercizi. E ancora, incarichi presso la Regione Lazio nelle commissioni regolanti il Commercio e Turismo, nella Fipe (Vice presidente nel 1982), nella Giunta Esecutiva della Camera di Commercio di Roma. In sostanza si è trovato ad affrontare questioni di importanza cruciale.

Poi i gelati. Nel 1982 viene eletto Presidente del Sindacato Italiano Gelatieri, e nel 1990 viene eletto Presidente dell'Associazione Italiana Gelatieri. Lo sviluppo e la naturale evoluzione del suo percorso di lavoro è illuminante, da questo punto di vista. Oggi il gelato artigianale è un pezzo importante di quella che viene definita la strategia commerciale del Made in Italy, i maestri gelatieri creati da Pica insegnano il "mestiere" in tutto il mondo, colonizzando aree vaste e un tempo improbabili da questo punto di vista come l'estremo oriente.

Ma facciamo un passo indietro e torniamo alla genesi del personaggio Pica. Come da lattaio, un mestiere tradizionale del secolo scorso oggi quasi scomparso ci si può evolvere in altro, ci si può allargare, crescere, diversificare con successo e ri-

Corteo ed assemblea volti a veder riconosciuto il diritto al giorno di riposo settimanale per gli esercenti (1971)

torno economico. Mezzo secolo fa i soci della organizzazione in cui si faceva largo Alberto erano prevalentemente e sostanzialmente degli esercenti che facevano della vendita del latte e dei suoi derivati il loro modo quasi esclusivo di fare commercio. La Centrale del Latte municipalizzata possedeva quello che oggi si definisce un brand di irresistibile attrazione per le famiglie romane, ma i consumi non erano tali da garantire una redditività quanto meno sufficiente a stare sul mercato. L'idea di Pica fu quella di suggerire ai suoi associati di ampliare l'attività, di fare un gran salto introducendo nella bottega altri servizi, come la caffetteria, la somministrazione di bevande e il buffet freddo. All'epoca le "licenze" erano regolamentate dal prefetto che si muoveva sulla base di un regio decreto (in alcune parti ancora vigente) contenente il Testo Unico delle leggi di pubblica sicurezza. Tra gli anni '60 e i '70 nella capitale furono almeno un paio di migliaia le latterie che si trasformarono in qualcosa di diverso, in bar, in caffè, ad esempio. Questa mutazione genetica non passò inosservata ed ebbe effetti dirompenti all'interno delle associazioni che all'epoca detenevano il controllo e la rappresentanza dell'intero settore. Le novità, le rivoluzioni si sa non vengono digerite volentieri, e la situazione presto sfuggì di mano ai vertici. Che alla fine dovettero piegarsi alla determinazione di quel giovane presidente dei lattai che stava elevando una categoria ritenuta di seconda fila al rango dei pubblici esercizi che contavano. Tra i requisiti severamente richiesti dalla normativa statale e quindi dalla prefettura c'era il vincolo di non poter derogare da un'apertura dei bar (e dei ristoranti) che non avrebbe previsto riposo in nessun giorno della settimana e che imponeva un rigoroso rispetto della disciplina oraria (apertura di primo mattino e chiusura solo a tarda serata). E Pica con lungimiranza e con tanto coraggio decise di rompere il fronte e di caricare a testa bassa. Guidò quell'azione sindacale che sfociò

Durante la relazione all'Assemblea dell'AEPER
all'interno del Palazzo dei Congressi dell'Eur (1979)

anche in clamorose forme di protesta civile: l'obiettivo era il riconoscimento della possibilità di un giorno di riposo alla settimana. Ebbe un alleato incredibilmente autorevole in quella battaglia, si chiamava Sandro Pertini, in quel momento presidente della Camera. Poco più avanti salì al Quirinale. Pertini perorò con energia quella rivendicazione che di lì a poco ebbe il riconoscimento in una legge di stato, la n. 425 promulgata a metà anni '70. Un successo personale clamoroso per Alberto Pica che gli creò fama e consenso ma anche molti avversari. Erano tempi di evoluzione politica, sociale, amministrativa. Nel 1971 era stata approvata la prima legge che regolamentava organicamente tutte le forme di commercio e di fatto introduceva il sistema delle tabelle merceologiche. Una rivoluzione. Alimentaristi, macellai, pescivendoli, fruttivendoli e quanti invece commercializzavano prodotti non alimentari, avrebbero potuto vendere una gamma ben precisa di prodotti. E a Roma come per tutto il resto della penisola l'esclusiva di vendita del latte rischiava di venire meno ed essere appannaggio, in particolare, delle drogherie e dei supermercati, ancora pochi all'epoca per la verità. C'era da battersi, da difendersi, da mettere ordine. E Alberto Pica fece un piccolo miracolo. Riuscì a far nascere un sindacato nazionale di categoria (SANEL) attraverso il quale, con una forte azione di lobby nei confronti dei parlamentari e degli uffici dell'allora ministero d'Industria e Commercio, ottenne quella famosa tabella merceologica I^ bis che consentì ai lattai storici di mantenere l'esclusiva della vendita della bottiglia o del tetrapak che contenevano il latte fresco proveniente dalle locali centrali di trasformazione. Detto così, a posteriori, sembra facile. Ma Alberto Pica era un piccolo uomo solo. Non aveva alle spalle i potenti sindacati dell'epoca, le grandi associazioni sindacali. Aveva una associazione aggressiva e compatta (che fece decollare a forza moltiplicando gli iscritti), tante idee e la capacità di farle pas-

A margine dell'Assemblea del Cinquantennale
con il conduttore televisivo Pino Strabioli e la cantante Rita Forte (1995)

sare anche attraverso i media di allora. La categoria aveva imparato a fidarsi ciecamente di lui, altri leader non c'erano. E come si anticipava nelle pagine precedenti ebbe uno scatto di genio che portò ad una importante, decisiva innovazione. Nel suo locale le vetrine del gelato artigianale occupavano uno spazio importante dell'offerta. Papà Antonio aveva lavorato da giovanissimo alla gelateria Giolitti ed Alberto e la signora Maria avevano appreso i segreti del mestiere. Era il momento di mettere a frutto l'esperienza maturata. La maggior parte dei lattai si limitava a commercializzare il gelato industriale, efficacemente spinto dai mezzi di informazione e dalle reclame. Funzionava, ma gli esercenti ne traevano magri guadagni. Briciole. Il gelato sfuso, prodotto in piccole quantità, in modo realmente artigianale non convinceva la gente, non dava sicurezza, non offriva molta scelta. E le mamme trovavano più sicuro comprare per i figli i prodotti già confezionati e impacchettati in involucri dai colori vivaci. C'era la convinzione che si trattasse di roba più igienica e controllata. E magari avevano anche ragione. Teniamo presente che all'epoca il prodotto industriale copriva circa l'80 per cento del mercato italiano. C'era comunque da scardinare una situazione e da uscire da una situazione di stallo. Molti esercenti, che ricordavano il risultato soddisfacente della campagna per la trasformazione da latterie a bar guidata da Pica, si fecero convincere dal loro presidente a fare il passo in avanti, ad osare ed investire, a trovare nei loro locali lo spazio per allestire un laboratorio e imparare a mantecare il proprio gelato artigianale, dando il via ad una nuova linea di produzione. Fu l'ennesima rivoluzione picana, della quale oggi, ad anni di distanza, valutiamo le conseguenze. Solo gli addetti ai lavori e pochi attenti osservatori economici avevano colto fino in fondo all'epoca il senso di quello che stava accadendo. Sotto questa spinta nel giro di pochi anni la proliferazione di gelaterie, annesse o no al pub-

Bambini in festa durante un'edizione di "Gelato a Primavera" (1992)

blico esercizio, valicò i confini della capitale e divenne un fenomeno nazionale. Il gelato era una tradizione estiva, legata ad una dimensione di vacanza o comunque di svago, nessuno poteva immaginare che si sarebbe arrivati a ragionare in termini di un prodotto da offrire e consumare ad ogni ora del giorno e in tutte le stagioni, da inserire nel menù dei ristoranti, da valutare in termini nutrizionali e da inserire nell'universo delle diete, da figurare negli indicatori macro-economici in termini di fatturato e di occupati. Di lì a poco si crearono le condizioni per la costituzione di una Associazione dei Gelatieri che affiancasse il già esistente "Comitato per la difesa e la diffusione del gelato artigianale", del quale Pica era stato tra i soci fondatori. Si costituirono le associazioni provinciali ed i loro rappresentanti non poterono che scegliere Alberto Pica come presidente nazionale. E' del 1986 la prima edizione di "Gelato a Primavera", la manifestazione che per decenni ha assicurato – e tuttora assicura - per le gelaterie partecipanti la possibilità di stabilire un legame "strategico" con il mondo dei bambini conquistati a vita da quel cono regalato dalla cartolina distribuita a scuola. I giornali e soprattutto le televisioni si accorsero di un fenomeno che andava crescendo, e Pica cominciò ad essere invitato nelle trasmissioni più popolari (UnoMattina, Domenica In, Occhio alla Spesa) per parlare di quel gelato artigianale che stava conquistando tutti e che, da lì a poco avrebbe sbaragliato ogni concorrenza sul mercato dei consumi, oltre che sul piano della qualità.

La consacrazione "politica"

Ma gli anni Ottanta rappresentarono per Pica (e la sua Associazione) anche la piena consacrazione dal punto di vista "politico" e della carriera sindacale. All'interno di quella che all'epoca era la confederazione di riferimento (Confcommercio) arrivò prima la nomina a vice presidente dell'organizza-

Stretta di mano con l'allora Presidente della Camera di Commercio di Roma Luciano Lucci (1992)

zione e poi l'incarico che lo portò ad occupare la carica più prestigiosa, un posto in Giunta nella Camera di Commercio di Roma guidata allora da Luciano Lucci. Un punto d'arrivo inimmaginabile solo vent'anni prima, quando Pica aveva raccolto il testimone alla guida della piccola associazione dal suo predecessore Umberto Lanni. Ma il "piccolo grande uomo" era insofferente, si sentiva stretto, ingabbiato in quei consessi istituzionali sempre più vicini alla politica e lontani dalla vita reale e dai problemi degli associati. Confronti e scontri, polemiche e l'urgenza di cercare autonomamente delle vie alternative alla crisi generale del settore commercio capitolino. Da qui la decisione quasi obbligata di concentrarsi sulla sua creatura e sulle sue associazioni, sostenendo gli ambasciatori del gelato, creando una rete di professionalità in tutto il paese, dando avvio ad una attività di studio e di formazione di operatori, innescando con mille iniziative un meccanismo di sviluppo che attraverso il ruolo sempre più importante del figlio Claudio ha portato il prodotto gelato artigianale fuori dai confini nazionali affermandolo in tutto il mondo.

Al 47° Anniversario dell'AEPER (1992)

Strategie vincenti

(con la collaborazione di Antonello Giuffrida)

All'inizio c'era il "Comitato per la Difesa e la Diffusione del Gelato Artigianale", un sistema di tipo federativo al quale avevano aderito diverse organizzazioni legate da quel preciso comune denominatore. A fianco delle associazioni degli esercenti di riferimento, che allora facevano capo alla Confcommercio, c'erano quelle costituite dagli industriali del ramo, come l'ACOMAG (macchine ed attrezzature per gelateria) e l'AIIPA (prodotti di complemento che andavano, e ancora vanno, ad integrare gli ingredienti naturali utilizzati nella produzione in gelateria). Tutti uniti per necessità in un fronte comune. L'obiettivo? Quello di conquistare spazi di mercato sottraendoli a chi lo monopolizzava con la produzione dell'ice cream industriale, che a quei tempi deteneva quote statisticamente prossime al 90%. Una impresa disperata, serviva una azione di lobbying decisa e di medio termine. Siamo all'inizio degli anni Settanta, il cuore, il motore dello sviluppo per determinati settori era a Milano, capitale finanziaria e della impresa. Il capoluogo lombardo era il naturale approdo anche per chi aveva a cuore le sorti future del gelato artigianale ed Alberto Pica entrò a far parte del Comitato dalla porta principale, quale co-fondatore,

Al taglio del nastro della prima edizione di "Gelato World Tour"
sulla Terrazza del Pincio a Roma con il Vescovo Mons. Matteo Zuppi,
il Capo Dipartimento del Ministero allo Sviluppo Economico Giuseppe Tripoli,
l'Assessore alle Politiche Culturali del Comune di Roma Dino Gasperini
ed il Presidente della Fiera di Rimini Lorenzo Cagnoni (2013)

e non solo come rappresentante della specifica categoria dei gelatieri e come presidente del Sindacato degli esercenti latterie (SANEL). A far maturare le cose, a mettere insieme interessi non necessariamente convergenti in quel momento fu il fatto che la Confcommercio di Milano era di diretto supporto in quel particolare momento all'organizzazione della più importante rassegna specializzata di quegli anni (EXPO CT – Commercio e Turismo), che si teneva nella struttura della "storica" Fiera e dove appunto era allestito anche un intero padiglione dedicato al settore della gelateria. Il Comitato aveva quale presidente Angelo Grasso, proprietario di una delle prime importanti gelaterie di Milano, e come segretario Guerrino Bellati, fedele ed operoso funzionario della Confcommercio milanese; un'organizzazione molto potente e che, allora come oggi, condizionava le strategie della struttura nazionale e selezionava gli uomini che andavano a ricoprire gli incarichi più importanti. Alberto Pica era in qualche modo uno "straniero", un estraneo. Avendo una riconosciuta e apprezzata marcia in più trovava comunque il modo di ritagliarsi i propri spazi di manovra e di conservarsi una certa autonomia, ma con il passare del tempo le sue energie e le sue idee tornarono a convogliarsi sulla capitale.

A Roma con il passare del tempo si stava concretizzando la sponda con i vertici della Federazione Italiana Pubblici Esercizi (FIPE), e Pica pensò fosse opportuno distinguere gli scopi delle aziende del settore da quelli dei semplici "gelatieri", dando vita ad un Sindacato in tutto e per tutto autonomo, quindi non condizionato dagli interessi di un mercato peraltro in rapida evoluzione. Nacque il Siga (ora AiG) del quale Alberto Pica fu plebiscitariamente eletto presidente e nel giro di pochi mesi la nuova associazione potette contare sull'adesione di molte rappresentanze provinciali, che già facevano capo al sistema Confcommercio. L'ennesima rivoluzione, l'ennesimo

Al Sigep edizione 2013 per il taglio del nastro assieme al campione Alex Zanardi, al Presidente (all'epoca) della Regione Emilia Romagna Vasco Errani ed al Presidente della Fiera di Rimini Lorenzo Cagnoni

Dallo stand dell'Associazione Gelatieri in una passata edizione del Sigep

passo in avanti di un percorso di crescita individuale e di una intera categoria. Il mondo della impresa e tutto ciò che ad esso girava intorno cominciava a rendersi conto delle potenzialità del mercato del gelato prodotto artigianalmente, della opportunità e redditività di investimenti anche robusti. Se n'era accorto uno dei poli fieristici più all'avanguardia, quello di Rimini, che aveva già un calendario gremito di rassegne che coprivano praticamente tutto l'arco dell'anno. Il presidente dell'epoca, Roberto Lopes Pegna, assieme al suo staff di collaboratori, ritenne che lanciare una nuova "vetrina" fosse possibile e fu così che, sotto il nome di Sigep, vennero inglobati i due complementari settori che rappresentavano il settore dolciario in chiave artigianale: accanto a quello in evoluzione della "gelateria", quello più consolidato della "pasticceria". Un'operazione di grande lungimiranza.

Oggi il Sigep di Rimini è un faro internazionale di livello assoluto, è arrivato alla trentanovesima edizione e attira centinaia di buyers da ogni parte del mondo. Alberto Pica, alla prima edizione, si recò a Rimini quasi in incognito, curioso di capire se quella nuova rassegna potesse scalfire il predominio che Milano esercitava anche su quel contesto. E ne ripartì entusiasta, i riscontri erano tutti eccezionalmente positivi, si aprivano vie nuove e inesplorate che il gelataio di via Arenula, ormai personaggio di spessore nazionale cominciò a battere con i consueti coraggio e determinazione. Fin dalla edizione successiva fu stretto un accordo che sarebbe durato nel tempo e avrebbe contribuito a fare del Sigep, la più importante rassegna al mondo in tema di Gelateria, e non solo. Pica e i suoi seguirono passo passo l'evoluzione dell'operazione-Rimini, sostenendola e dandole sostanza. Per l'appuntamento di Rimini venivano organizzati pullman da Roma, da Genova e da altre città italiane, per portare in fiera i gelatieri, si stava lavorando per creare un forte senso di appartenenza e

Edizione speciale di "Topolino" per "Gelato a Primavera" (2000)

di spirito di corpo che avrebbe contribuito a determinare il boom del gelato italiano.
Anche gli anni Ottanta lasciarono il segno e Alberto Pica li attraversò di gran carriera. L'industria dell'ice cream, che già si andava riorganizzando con i grandi accordi e le acquisizioni delle multinazionali, provò in un qualche modo a venire a patti con lui, proponendo una alleanza strategica a favore dei consumi del gelato. Gli proposero di far aderire il Siga al nuovo Istituto del Gelato Italiano (Igi). Si faceva strada la convinzione che la "comunicazione" potesse essere un elemento trainante per portare avanti quegli scopi, e alla guida dell'organizzazione era stato chiamato un affermato giornalista della Rai, già conduttore del Tg2: Nuccio Puleo. Questi per un breve periodo frequentò assiduamente la sede romana di via Properzio, ma probabilmente capì come gli interessi fossero divergenti ed a nulla sarebbe valso far coincidere comuni strategie in quello che, ai tempi, cominciava ad essere definito "marketing". Nulla di fatto, dunque, e Pica tirò dritto per la sua strada, con la sua saggezza da uomo del popolo e la conoscenza maturata del territorio e dei consumatori inventò una strategia promozionale che sarebbe potuta uscire dalle stanze dei creativi della grande industria, lanciando nel 1986 su i quartieri di Roma una manifestazione che avrebbe potuto contribuire (e in effetti contribuì) a cementare il rapporto tra i gelatieri e i potenziali consumatori: i bambini delle scuole elementari. Nacque così il "Gelato a Primavera", e la cartolina che sarebbe servita a ritirare gratuitamente il cono-gelato fu ispirata dallo stesso Alberto e tradotta fedelmente dal grafico chiamato a definirla. La manifestazione e il suo titolo implicitamente sottolineavano la stagionalità della operazione: all'epoca i laboratori attrezzati alla produzione di gelato artigianale riprendevano a lavorare dopo una specie di letargo invernale, il gelato a primavera costitutiva un importante in-

Durante il riconoscimento alla carriera professionale del padre Antonio Pica consegnato dall'allora Ministro ai Beni Culturali Domenico Fisichella (1998)

centivo ad accelerare i tempi della ripresa, a movimentare il quadro. Successo clamoroso, inutile dirlo. Pica precursore e sognatore? Nessuno avrebbe potuto prevedere all'epoca che i consumi sarebbero aumentati così tanto e si sarebbero spalmati definitivamente su tutto l'arco dell'anno modificando abitudini, usi e costumi, trasformando il gelato in un oggetto di culto, e che, trent'anni dopo, ci sarebbero state legittimamente delle gelaterie aperte anche a Natale. Ma è quel che è accaduto. E lo dobbiamo alle intuizioni di un piccolo gelatiere romano pieno di coraggio e di fantasia.

La "macchina" in sostanza era avviata e nei successivi anni Novanta, e poi agli inizi di questo secolo Pica accompagnò la crescita esponenziale del "sistema" riconducibile al gelato artigianale, diventando una sorta di uomo-immagine. Negli ultimi anni della sua vita, sorretto e affiancato dal figlio Claudio e dalla signora Maria, il piccolo grande uomo aveva cominciato a lasciare spazio ai giovani, lasciando ad altri la mission di completare quei segmenti strategici e produttivi che avrebbero consentito al mondo del gelato di raggiungere margini di competitività ancora più alti. Ma aveva anche visto un ulteriore spazio di manovra, quello della formazione ed aggiornamento professionale da un lato e opportunità di internazionalizzazione del gelato di scuola italiana nel mondo, dall'altro. Sul solco di questa intuizione l'Associazione Italiana Gelatieri, ora diretta dal figlio Claudio, ha selezionato i gruppi degli "Ambasciatori" e dei "Cavalieri" del Gelato, per creare un nucleo di solidi professionisti in grado di portare ovunque i contenuti di questa fetta di Made in Italy, e ha posto le fondamenta per una scuola di formazione – intitolata e non poteva essere altrimenti ad Alberto Pica. I frutti di questo investimento culturale e professionale si vedranno nel medio termine.

Al taglio della torta nel corso di un'assemblea dell'AEPER (1982)

Gelato, adesso è una questione di numeri

L'abbiamo detto e ribadito, l'incredibile vicenda umana e professionale di Alberto Pica è legata intimamente ad una realtà sociale, umana, professionale ed economica che nell'asfittico panorama nazionale da anni è in costante ascesa. Perché la storia del "presidente" è legata a filo doppio a quello che anche grazie lui rappresenta oggi una bandiera importante del made in Italy e una fetta di riguardo del Pil italiano. Sin dal 1939 il giovane Pica alternava lo studio alle prime attività nel negozio del padre, al Tiburtino. Risale al 1952 l'apertura della gelateria al San Lorenzo, al 1971 l'esercizio di cui abbiamo già parlato a lungo, la famosa Seggiola di via Arenula, e più avanti, accanto alla "sua" associazione e ai "suoi" gelatieri, l'impegno e un ruolo nel Sigep di Rimini. Forse senza la genialità e la passione di Pica le cose, negli anni, sarebbero andate diversamente, o forse no. Ma piace pensare che una buona parte di quel che è accaduto e che ha cambiato radicalmente le abitudini degli italiani aprendo un mercato di grandi numeri e di grandi prospettive dipenda proprio dalle intuizioni del gelatiere di via Arenula. I numeri sono decisamente impressionanti e se la stampa economica, a cominciare dall'autorevole Sole 24ore, segue con grande attenzione l'evoluzione del fenomeno i motivi evidentemente ci sono.

Dicono che il mercato mondiale del gelato artigianale valga

Assieme alla moglie Maria ed al rappresentante dell'Associazione giapponese dei gelatieri durante la trasferta nel Paese del Sol Levante (1987)

attualmente non meno di 15 miliardi di euro, con una crescita media del 4 per cento l'anno tra il 2015 e il 2018. L'Italia, dove il consumo del gelato è per un terzo industriale e per due terzi artigianale è il primo paese al mondo dove il sorpasso si manifesta in termini così chiari ed inequivocabili, dove le scelte dei consumatori sono così nette. C'è da dire che i consumi si sono moltiplicati di sei volte, non esiste un prodotto alimentare protagonista di simili performance. E non è un caso che si sia creato un forte movimento di opinione tra gli addetti ai lavori, nel mondo dell'impresa e della politica che tende ad identificare il gelato artigianale come una espressione precisa del made in Italy, sullo stesso piano della pizza. I dati per suffragare questa tesi ci sono tutti. L'offerta di gelaterie artigianali nel mondo è sempre più capillare, in Europa nel 2016 si contavano oltre 60mila gelaterie delle quali ben 39mila in Italia (diecimila "pure", esclusive, e 29mila tra bar e pasticcerie con vendita di gelato), con non meno di 150mila addetti. In Germania le gelaterie sono novemila, in Spagna duemila, in Sudamerica i primi della classe sono Argentina e Brasile, con rispettivamente 1500 e 500 gelaterie. Perfino negli Stati Uniti le gelaterie artigianali sono in costante crescita, nelle statistiche compare sempre più frequentemente il riferimento al gelato artigianale grazie alle oltre novecento gelaterie che si distinguono per la capacità di offrire un prodotto di giornata fatto con ingredienti locali e secondo un processo produttivo ben definito. Ancora, c'è da considerare la Cina, che ha superato gli Usa nei consumi di ice-cream grazie alle mille gelaterie artigianali. Chi pensava che i consumatori del più grande (e recettivo) mercato del mondo non apprezzassero il dolce freddo o i prodotti a base di latte viene smentito dai fatti. Le potenzialità per uno sviluppo in questa direzione sono notevolissime, così come quelle per tutto il quadrante asiatico, a cominciare, come vedremo più avanti,

Ospite all'inaugurazione di una gelateria di Torino (1982)

dal Giappone. Quando si parla del gelato come segmento importante e trainante – sul piano interno e su quello dell'export –per l'economia italiana si deve mettere in campo anche un altro paio di elementi di fondamentale importanza. Il nostro paese è leader mondiale anche nel settore della produzione delle macchine, delle vetrine, degli ingredienti per le gelaterie artigianali. Dietro il boom del gelato c'è un indotto di spessore e qualità, un sistema industriale che conta tredici imprese di macchine che controlla il 90 per cento del mercato mondiale e che presenta un fatturato di 229 milioni di euro; le aziende che realizzano vetrine e arredi sono una dozzina e fatturano 252 milioni, mentre l'industria degli ingredienti e dei semilavorati per gelato vede attive in Italia più di quaranta aziende con un fatturato di 1,3 miliardi di euro, con un tasso di crescita annuo del 6-7 per cento. Parliamo di concentrati di frutta fresca, di paste di semi oleosi, di addensanti, di stabilizzanti, di guarnizioni.

Negli ultimi tre anni gli italiani hanno speso un miliardo e mezzo di euro per comprare coni e vaschette e il numero delle gelaterie è in costante aumento. «Se ne aprono tante perché con alcuni franchising bastano 5.000 euro per avviare l'attività» spiega Claudio Pica, segretario di Siga. Per iniziare servono un corso base e due mesi di stage. Poi, occorre conoscere a fondo i requisiti richiesti dalle Asl e i regolamenti regionali. Se scegli il franchising, i corsi li segui in azienda, altrimenti puoi fare riferimento a Siga (associazioneitalianagelatieri. it), a Carpigiani Gelato University (gelatouniversity.com). Il costo va da 2 a 5 mila euro. Per aprire la gelateria, poi, servono da 70 a 150 mila euro, compreso l'acquisto di mantecatore e pastorizzatore. Una impresa non proibitiva. Il problema viene dopo. Ed è legato alla qualità del prodotto, alla "formazione" del gelatiere, alle regole da rispettare. Una questione che i Pica hanno posto sul tappeto da tempo, come si è visto.

Al Sigep durante un'esibizione sul gelato all'azoto con il maestro giapponese Taizo Shibano ed il maestro Corrado Sanelli (2014)

E sulla quale Claudio Pica sta lavorando.
Il mercato interno è selvaggio e confuso, da questo punto di vista. Relativamente più semplice è la strategia dei mercati esteri, dove la bandiera del made in Italy fa comunque miracoli ed il traino delle aziende del settore possono fare miracoli. Vale la pena dedicare uno spazio, a questo punto, al "caso Giappone", dove il nostro prodotto artigianale ormai si può dire di casa. Perché non tutti sanno che a Tokyo da qualche anno gli italiani insegnano ai giapponesi a fare il gelato. Non si parla molto di questa capacità italiana, della originalità e della fantasia che accompagnano la strategia delle nostre aziende sui mercati esteri. Eppure è quello che ci qualifica e che, in fin dei conti, tiene in vita il sistema. E' l'azienda leader di cui sempre si parla, la Carpigiani, a condurre il gioco. Si diceva in altra parte di questo testo che non si può pensare di "colonizzare" terre lontane con abitudini alimentari assolutamente diverse dalle nostre. Il prodotto-gelato non sopravviverebbe. La strategia di penetrazione commerciale prevede altro. Nello specifico il bisogno indotto che la Carpigiani Gelato Pastry University sta creando con grande successo è un gelato alla giapponese, il gelato Zen. Esempio: in un seminario specializzato organizzato in Giappone Pier Paolo Magni, campione europeo di pasticceria e allenatore dei campioni del mondo di gelateria, ha realizzato lo Sweet Zen Rocks (un dessert freddo che contiene non solo gelato ma anche altri ingredienti, come esempio di fusione con la pasticceria). Perché la migliore tradizione giapponese nella pasticceria si può sposare con la filosofia e le regole del gelato, spiegano i maestri della Carpigiani, e i maestri pasticcieri giapponesi sono il punto di riferimento per l'intero Estremo Oriente. Il paese asiatico parte da una storia diversa, più orientata verso il gelato industriale di marca americana e il soft cream, ma si sta aprendo al gelato artigianale, quello che Alberto Pica ha fatto crescere

Con il rappresentante dell'Associazione Gelatieri Giapponese durante la trasferta nipponica (1988)

e che le aziende italiane sue partner hanno fortemente sostenuto. Pica, va ricordato e sottolineato, è stato un vero pioniere nella diffusione della cultura e delle tradizioni del gelato italiano all'estero e in particolare nel paese del Sol Levante, che "esplorò" con la moglie Maria nel lontano 1988. E come di mostra la storia (del gelato), conquistare il Giappone significa cominciare a conquistare il mondo, insomma. La Carpigani Gelato University è sorta nel 2003 con la missione di diffondere la cultura italiana del gelato nel mondo. «Ora abbiamo circa 7000 studenti l'anno in 12 Paesi del mondo e in Giappone ce ne sono 400», afferma la direttrice Kaori Ito. Metodologie e obiettivi sono confluiti nella Gelato Pastry University, che a Tokyo si propone come un laboratorio di idee, rivolgendosi a un pubblico di professionisti interessati anche a sviluppare nuove linee di prodotto. E cercando di sposare la cultura del gelato artigianale con quella della pasticceria di qualità. Il risultato? All'ottava edizione della Gelato World Cup che si terrà a Rimini dal 20 al 24 gennaio nell'ambito del Sigep, parteciperanno 12 team nazionali (per la prima volta, non l'Italia, mentre esordirà l'Ucraina). Il team Giappone, guidato da Marco Morinali, sarà composto da Taizo Shibano per il gelato artigianale, Tomohiro Sugawara come pastry chef, Paolo Colonnello come chef e Koichi Hirata per le sculture di ghiaccio. In Giappone Carpigiani fa anche da polo di aggregazione e promozione di altre aziende italiane di tutto l'indotto del gelato. E nei corsi sono in evidenza non solo le tecnologie Carpigiani, ma gli stampi di Silikomart, le vetrine di Ifi, la farina Petra di Molino Quaglia, i refrigeratori Irinox e così via. Un'operazione tutta in positivo, una stella in più per il made in Italy. Centinaia di migliaia di giapponesi sono venuti e continuano a venire come turisti nel nostro paese, e trovano un mondo di gelaterie a disposizione. E il cerchio si chiude.

Al festeggiamento dei 70 anni con la moglie Maria ed i piccoli nipoti (2005)

Una questione di famiglia

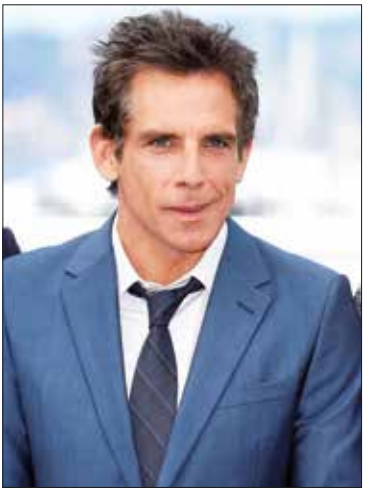
"Buongiorno, sono Alberto Pica. Si presentava sempre così, a tutti, in modo diretto e immediato. Con grande semplicità e umiltà. Perché Alberto era una persona umile." Così ne parla la mitica Maria Miani in Pica, per tutti la "sora Maria". Compagna inseparabile per oltre 50 anni, nata quasi per caso a Posta, nel Reatino, ma profondamente e intimamente romana. Parla di Alberto seduta alla cassa, al numero 12 di via della Seggiola. Proprio di fronte è piazzato lo schermo di un computer che rimanda una immagine sorridente del marito intento a gustare uno dei suoi gelati. "Ci parlo continuamente – confessa – mi manca tanto. Sono stata sempre accanto a lui, sempre. Lo seguivo dovunque andasse, in Italia, all'estero. L'ho sostenuto e consigliato. Decideva sempre lui, ma mi dava tante volte ragione." Una lunga storia, quella di Maria e Alberto, un grande amore maturato nei primi anni Sessanta, santificato nel matrimonio nel '62 e allietato da tre figli, Evelina, Roberta e Claudio. Ora ci sono i nipoti, e i più grandi tra loro lavorano già nella associazione. Queste pagine sono dedicate a Alberto, al personaggio scomparso. Ma la "sora" Maria non è meno personaggio e se il marito è riuscito a diventare quello che è diventato lo deve soprattutto a lei. Immanente, sempre presente, un playmaker inesauribile, si direbbe con il linguaggio sportivo dei tempi nostri. Non lo dice, ma lo fa capire. Dietro

Sempre dall'album di famiglia per il festeggiamento dei 70 anni della moglie Maria

certe scelte, certe strategie, c'era lei. E comunque Alberto la consultava e si faceva consigliare, lasciandole l'ultima parola. Erano idee semplici e insieme complesse da valutare assieme. Passavano dalla Seggiola per discutere di licenze, per discutere del prezzo del latte, per articolare proposte da presentare in Consiglio Comunale. Il locale per anni era stato il quartier generale delle iniziative di protesta – clamorosa in tempi andati quella sul prezzo del latte e in tempi più recenti contro il passaggio del tram 8 in via Arenula, a due passi dal bar-gelateria dei Pica – e la Sora Maria c'era sempre, alle spalle del marito. Spesso stoppando scelte sbagliate. Con i Pica la "presidentessa" aveva imparato a fare "bene" il gelato, a via della Seggiola ha imparato a convivere con la politica. Quella pratica, che si sposa con le necessità della gente. Quella che interessava Alberto. C'erano ragionamenti di fino. Da un lato la presa in carico di una categoria senza padrini e padroni e la trasformazione della medesima in un interlocutore serio e imprescindibile, dall'altro la idea folgorante (oggi ci arriverebbero tutti, all'epoca non ci pensava nessuno), di cercare le sponde di chi aveva le materie prime per fare il gelato e le macchine per realizzarlo. Latte Sano, Carpigiani, Fabbri, nomi importanti che hanno accompagnato la ascesa dei Pica, ogni viaggio all'estero (storico quello, già citato, in Giappone alla fine degli anni Ottanta), significava una bandierina (italiana) piantata. La sora Maria ricorda con nostalgia e entusiasmo. Oggi è la memoria storica della famiglia, oltre che la matriarca che governa ancora tutti a bacchetta e che i figli assecondano per non farla inquietare. Ed è lei che racconta e infila ricordi e aneddoti a chi, affacciandosi alla gelateria, non può fare a meno di buttare l'occhio a quello schermo a colori dal quale ammicca sorridente "il presidente". Anche Alberto aveva origini familiari reatine. Il padre, "er sor Antonio" era sceso da lì all'inizio del secolo scorso. Gelataio, aveva trasmesso l'arte

In alto a sinistra con il figlio Claudio durante la cerimonia di riconoscimento assegnato alla Gelateria Pica dal "Gambero Rosso" (2015); a destra con la moglie e la figlia Evelina; sopra con le due figlie e a destra con alcuni nipoti; in basso per la cerimonia di laurea dei nipoti Loriana e Riccardo (2010)

al figlio. Antonio aveva cominciato a via degli Uffici del Vicario, a due passi da Montecitorio, con i Giolitti. Quello che oggi è uno dei locali più apprezzati e gettonati della capitale era all'epoca una vecchia latteria-cremeria. Poi il divorzio da Giolitti e il passaggio a Testaccio, in via Vespucci. Altra latteria-gelateria. Infine il locale al Piazzale Tiburtino, San Lorenzo, dove entrò in gioco interrompendo gli studi il giovanissimo Alberto. Che si iscrisse nel 1950 ai corsi igienico-sanitari per gelatieri presso l'ufficio d'igiene di via Merulana diventando a vent'anni un artigiano provetto, e tanto per dare un assaggio di quello che sarebbe accaduto nei decenni successivi, anche un giovane consigliere della Associazione esercenti latterie e gelaterie, presieduta all'epoca da Umberto Lanni. Correva come un matto, Alberto Pica, e nel 1965, con il conforto della giovane sposa Maria, divenne egli stesso presidente dell'Associazione, facendola decollare e moltiplicandone gli iscritti. La corsa non si sarebbe fermata più. Nel 1971 il passaggio da S.Lorenzo al centro storico, a due passi da Largo Argentina, dalla cittadella del potere politico romano e nazionale, a pochi passi dal Campidoglio. C'era l'azienda dei fratelli Zitelli – racconta la Sora Maria – un bancone di marmo, dei tavolini di ferro battuto e delle sedie impagliate. Una latteria d'altri tempi. Sarebbe diventata il centro del mondo. E con Alberto perso ad inseguire le battaglie sindacali la signora ne ha fatto un suo regno. Pochi sanno che anche lei ha imparato a fare il gelato, prove su prove fino ad inventare alcune ricette fondamentali, per alcuni gusti destinati a passare alla storia del gelato, come quello di giuggiole e quelli legati al riso ("All'inizio io giravo, giravo, ma il riso si attaccava e bruciava – racconta – ma io insistevo, se c'è il dolce di riso ci può essere anche il gelato") finiti sulle guide di tutto il mondo. E richiesti dai mille personaggi della politica, della cultura, dello spettacolo che sui tavolini della



Vittorio Gassman e attori americani che hanno frequentato la Gelateria Pica, citata anche in un romanzo giallo dello scrittore Giancarlo De Cataldo

Seggiola sono passati per un momento di relax, per incontri delicati, per riunioni riservate nelle salette al piano superiore. Basta dare il "la" alla signora per farle ricordare i fedelissimi da "copertina", come Vittorio Gassman e i figli, come Verdone, che alla Seggiola è di casa, che quando è morto Alberto ha telefonato da Berlino. ("Noi con i Verdone siamo pure vicini di casa, ci vediamo dal terrazzo – dice la signora Maria – certe volte viene qui e non vuole essere riconosciuto, entra con il casco, si nasconde in saletta"); o, ancora, i clienti fissi della politica come i ministri Vassalli e Flick (crema e cioccolata), come il ministro Orlando. Per non parlare di Andreotti (che adorava il gelato al riso); come quell'attore inglese che faceva James Bond e di cui fatica a ricordare il nome (Pierce Brosnan). E ancora, Mel Gibson e Ben Stiller. La "presidentessa" lascia ormai fare le cose alla figlia maggiore, Evelina, ma insieme fanno riaffiorare ricordi ed aneddoti. Pochi sanno, ad esempio, che tanti sindaci, da Signorello a Darida, da Carraro a Veltroni a Rutelli fino ad Alemanno, si facevano portare il gelato nella sala delle Bandiere, in Campidoglio. Ed Evelina non perde occasione di sottolineare che anche oggi alla Seggiola i sindaci sono di casa. Ci viene Virginia Raggi, spiega, che ha un debole per il gelato di riso. Ora le cose comunque sono cambiate e la tensione attorno alla Seggiola si è allentata. La "sora Maria" non ha ancora assorbito fino in fondo la scomparsa del marito, i figli cercano di tenerla ancora al centro. È lei stessa "ambasciatrice del gelato" (ci tiene a sottolinearlo), è presente ai meetings, non ha marcato visita al Sigep di Rimini, un appuntamento al quale Alberto era molto legato. La famiglia va avanti. Il bar Pica continua nella tradizione del vero gelato artigianale italiano, con le antiche, storiche ricette; e con la buona gestione della primogenita Evelina.

Maria Pica con la figlia Evelina

Il ricordo di Evelina

Sin dalla mia tenera età tutti hanno sempre sottolineato quanto somigliassi a mia Madre, anche se con un velo di invidia replicavo che i suoi occhi azzurri l'aveva tenuti soltanto per se stessa. Dopo tanti anni ho scoperto che il giudizio altrui si soffermava soltanto al mio aspetto fisico e che alcune sfaccettature del mio carattere avevano di più l'impronta di mio Padre. Già parecchi anni fa avevo avuto sentore di questa mia "inclinazione", quando divenne per me una fissazione scrivere sempre con la penna di colore blu, tanto da averne una a portata di mano; capitava anche a Papà. Ora che non è più tra di noi e ogni giorno sento di più la sua mancanza, mi sto accorgendo di quanto fossi in simbiosi con Lui tanto da essere la sua brutta copia nel dare informazioni dettagliate ai clienti, o nella manutenzione della "cantina motori" ed ancora nella mania

di mettere in ordine i soldi perfettamente tutti nello stesso lato.

Papà è stato sempre un uomo affettuoso ma dal carattere forte, sempre convinto ed incisivo nelle sue idee, ma sapeva emozionarsi davanti a gesti e frasi particolari, come quando gli donai il giorno del mio matrimonio un'ancora d'argento con una targa incisa: "Sei stato e sarai sempre la mia ancora, Evelina". Fu una delle poche volte che vidi Papà con le lacrime, forse perchè già immaginavo che quella frase gli sarebbe rimasta dentro. Infatti da quel giorno per me Lui c'è sempre stato ed anche ora da Lassù è la mia "ancora" di salvataggio.

Mi piacerebbe avere un proiettore di immagini indirizzato sul cassetto dei ricordi, sedermi comodamente sul divano per emozionarmi nel vedere le nostre passeggiate la domenica mattina quando Roberta ed io eravamo piccole, i primi balli con Lui in crociera mentre mamma era in cabina ad addormentare Roberta e Claudio, le mie visite ortopediche dal Prof. Manetta, i chilometri in bicicletta (io) e in macchina (Lui) nella pineta di Castel Fusano, il mio matrimonio, la nascita di Riccardo e Loriana e il suo essere nonno fino alle loro Lauree, ma soprattutto vorrei averlo di nuovo vicino a tutti noi per poter trascorrere ancora più tempo insieme a Lui e dimostrargli di più il mio amore come non ho fatto spesso, dato che dai miei occhi Papà era visto come un uomo forte, in salute, che sapeva prendersi cura di se stesso e dei propri cari (mio nonno è deceduto a 98 anni!!) e pensavo che avrebbe imposto le proprie idee al mondo ancora per parecchi anni.

Invece...purtroppo, non c'è più!

Ciao Papà, mi manchi!!

Alberto Pica con la figlia Roberta

Il ricordo di Roberta

Immenso è il mio amore per Te, mio dolce Papà, un amore che non ha mai cessato di essere e mai finirà.

Ogni momento che penso a Te (e ti penso veramente ogni secondo) il mio pensiero si illumina dai ricordi della tua dolcezza, delle tue parole nobili e

decisive, del tuo essermi accanto anche in modo distaccato, dei tuoi saggi consigli ma soprattutto il mio ricordo si ferma sui tuoi occhi che sempre mi guardavano con immenso amore e con l'orgoglio di Padre.

Sei stato un Padre meraviglioso, sempre presente, appena ti chiamavo c'eri e correvi da me, a volte mettendo da parte il tuo lavoro.

Ti ricordi quando i pomeriggi mi portavi alla Cicogna? Quanti miei desideri hai esaudito, quante coccole mi hai fatto! Ti ricordi quando per il mio compleanno, i miei 21 anni, mi cantasti "Roberta" di Peppino di Capri? Quanta dolcezza e quanta emozione c'era in te! Ti ricordi quando nacque Edoardo e tu insieme a Mamma corresti da me? Sapevi che in quel momento volevo Te! E ti ricordi quando nacque Leonardo? Litigammo in modo simpatico perché avevo scelto un altro nome e tu mi obbligasti a cambiarlo, da capriccioso che eri, perché non ti piaceva! E ti ricordi il giorno, io già grande e mamma di Edo e Leo scappai da Favischio per andare a Roma da Giovanni dopo una folle litigata con lui? Tu lì fosti pronto a seguirmi per accompagnarmi a Roma, perchè ripeto Tu, Papà c'eri sempre per me.

Ancora ricordo i tuoi occhi sempre attenti a guardarmi, cercavi sempre di incrociare il mio sguardo, anche quando stavi in assemblea all'Hilton, tra politici e potenti, Tu riuscivi a trovare un secondo per salutare la tua piccola Roberta, perchè io per Te sono sempre stata la piccola di casa.

Quanto mi manca tutto questo!! Sono stata e sempre sarò la tua Principessa. Non ti dimenticherò mai.

Ti voglio bene papà, Dio ti benedica.

Con immenso amore, tua Roberta

Il giorno del matrimonio (1962)

POSTFAZIONE

Una eredità che pesa

di **Pier Giorgio Tupini**

Il presidente dell'Associazione pubblici esercizi bar latterie e gelaterie di Roma e Provincia - e titolare del bar gelateria di via della Seggiola Alberto Pica, da giovane mal sopportava i provvedimenti severi che l'Ufficio d'Igiene adottava a carico di alcuni suoi affiliati irrispettosi delle norme igienico sanitarie. Allora con determinazione, impegno e preoccupazione varcava, già dalla seconda metà degli anni '60, la soglia dell'atrio monumentale di via Merulana per presentare le sue doverose rimostranze, ma anche per chiedere comprensione nel rispetto del principio che l'autorità in ogni caso avrebbe dovuto applicare il criterio della prevenzione indicando prima le violazioni accertate e sanzionando poi in caso di mancato e rapido intervento. Ma la risposta era sempre la stessa "l'Ufficio ha l'obbligo di prevenire i danni alla salute delle persone e della collettività e non al portafoglio degli operatori, ma che in ogni caso era disponibile ad indicare il percorso più corretto e veloce per ripristinare condizioni d'igiene accettabili". Così dentro le stanze dell'Ufficio d'Igiene, palazzo storico umbertino primi '900, che s'imponeva nel quadrivio di via Merulana, viale Manzoni e via Labicana contiguo all'antica chiesa del IV secolo intitolata ai Santi Marcellino e Pietro al Laterano, alla fine degli anni '60 hanno avuto vita progetti, proposte, incontri e

Il papà Antonio assieme ai nipotini sul carrettino dei gelati (1993)

scontri sull'adozione delle decisioni fondamentali che hanno segnato lo sviluppo dell'Igiene e della Sanità di Roma. Nella visione di una città in continua crescita che chiedeva servizi indispensabili a consentire la sua espansione, Alberto Pica manifestò la sua capacità di mediatore politico tra le diverse esigenze dell'Autorità Sanitaria e i numerosi iscritti alla sua Associazione, in un'osmosi d'informazioni tra i diversi interlocutori utili a crescere insieme per soddisfare bisogni e aspettative sia della collettività sia delle forze imprenditoriali.

Allora l'Ufficiale Sanitario, ufficiale di Governo, al pari del Sindaco ordinava i provvedimenti che dovevano definire sotto l'aspetto dell'Igiene pubblica e a tutela della salute collettiva, l'assetto del territorio, delle acque, degli edifici, delle attività industriali e commerciali. Era il periodo in cui si galleggiava sull'onda favorevole del boom econonomico, con i Sindaci e le Giunte affannati a gestire la crescita di Roma e impegnati nella realizzazione di infrastrutture e servizi, purtroppo non sempre corrispondenti alle esigenze di un sano e accettabile sviluppo. Gli Amministratori capitolini chiedevano il parere vincolante e l'apporto professionale dell'Ufficio d'Igiene per lo sviluppo urbanistico, edilizio, industriale, artigianale e commerciale, impegnando oltre misura, tra commissioni e sopralluoghi, il settore Igiene Pubblica. Una crescita senza sosta delle strutture residenziali e produttive che si rincorrevano senza ben comprendere chi fosse il polo trainante dello sviluppo, a volte poco condivisibile. Il Direttore amava ripetere che l'edificio dell'Ufficio d'Igiene (non ospedale) conteneva oltre 6000 anni di università che gestivano sapientemente la sanità pubblica, potere trasversale che si inserisce in ogni aspetto della vita sia

individuale che collettiva regolamentando comportamenti, sviluppo economico e sociale. E', infatti, un'attività regolata dalle leggi in continuo aggiornamento e trasformazione, che se ben usata influisce favorevolmente, a volte anche pesantemente, sullo sviluppo delle attività di vita e di lavoro di una società o di una città organizzata. Ho varcato il cancello della porta centrale del palazzo ex-Ufficio d'Igiene cinquantasei anni fa per svolgere il compito del controllo del territorio fatto di ispezioni, sopralluoghi, accertamenti tecnici, provvedimenti prescrittivi e sanzionatori, ma soprattutto di organizzazione personale con l'obiettivo di migliorare l'assetto igienico sanitario di Roma. Un'attività che generava spesso una forte conflittualità con i componenti delle categorie oggetto di verifica che si rappresentavano attraverso contestazioni sempre più pregnanti, ma arginate dai loro Presidenti nel rispetto del dialogo tra Pubblica Amministrazione e rappresentanti delle categorie produttive. I settori maggiormente presenti erano, e lo sono tutt'ora, i pubblici esercizi (ristoranti, tavole calde, bar con gastronomia, pasticcerie, gelaterie, laboratori artigianali e industriali di prodotti alimentari) e le attività ricettive (alberghi, pensioni e affittacamere). La storia delle riforme nel comparto sanità ha cancellato l'Ufficio d'Igiene trasferito poi nei nuovi locali di viale Manzoni e successivamente nel 1981 sostituito da specifici servizi delle Unità Sanitarie Locali, ma a quell'epoca era la sede ove si rappresentavano petizioni e polemiche per definire con la Dirigenza comportamenti e ruoli nel settore sanitario pubblico e degli operatori commerciali a volte impreparati e scarsamente esperti ad affrontare i provvedimenti adottati a salvaguardia della sicurezza alimentare.

Il decennio 1970-80 è stato il periodo in cui Roma sostenne seicento ricoveri in ospedale in un solo giorno di persone che avevano consumato generi di pasticceria "bigné" contaminati da una crema prodotta senza il rispetto delle norme elementari sull'igiene; l'epoca delle lunghe guardie giorno e notte in ufficio per ricevere le segnalazioni degli ospedali e dei medici, per eliminare immediatamente dal mercato alimenti potenzialmente pericolosi; ma anche il periodo dei decessi da consumo della coda di rospo entrata in Italia da Taiwan nel 1972, attraverso una triangolazione di stati europei per saltare il controllo doganale, insieme a porzioni di pesce altamente velenoso; della brucellosi da formaggio preparato nella capanna di allevatori con latte di pecore infette e, per non continuare, della cinta sanitaria per confinare il rischio del colera che nel 1973 si era ripresentato con un cittadino straniero gravemente malato rinvenuto sui bordi dell'Appia Antica. In questo periodo videro la luce la Nuova Centrale del Latte di Roma nel 1979 precedentemente collocata in Via Giolitti, nei pressi della Stazione Termini sull'area di Piazza Pepe, sulla quale si affaccia anche il famoso Teatro Ambra Jovinelli e l'Acquedotto Giulio (Aqua Iulia) trasferita in un nuovo complesso, d'avanguardia in Europa, nella produzione del latte che può raggiungere le 900 tonnellate giornaliere e il Mattatoio a Tor Sapienza, che sostituì nel 1975 il vecchio impianto progettato dall'architetto Gioacchino Ersoch nel 1872, con le notevoli implicazioni d'ordine igienico-sanitarie connesse all'esercizio di nuove megastrutture create per soddisfare le esigenze di una città in continua espansione. L'Ufficio d'Igiene era una struttura pubblica che incuteva riverenza e rispetto, ma che apriva all'occorrenza

Davanti alla Prefettura di Roma nel corso dello sciopero per la vertenza sull'introduzione del giorno di riposo settimanale nei pubblici esercizi (1971)

le porte a tutti i cittadini che, a motivo delle loro attività di vita e di lavoro, desideravano una risposta in ordine alla problematiche igienico-sanitarie originate spesso da una normativa a volte incomprensibile e farraginosa.

Personaggi chiave dell'associazionismo nel vasto e importante settore della somministrazione, erano in quel periodo, Alberto Pica e Giorgio Bodoni - presidente dell'Associazione ristoratori romani e titolare del ristorante "La Dolce Vita"; figli d'arte che soffrivano della scarsa propensione all'associazionismo che, purtroppo, mal si addiceva alla visione gestionale dei titolari dei pubblici esercizi, poiché, l'individualismo regnava sovrano autoreferenziato dalla frequentazione di una clientela catturata dalla professionalità e dal savoir-dire e dal savoir-faire del titolare istrione del proprio locale, tempio del mangiar bene. Pur tuttavia, era compito dei rappresentanti di categoria avanzare proposte e istanze alla Pubblica Amministrazione per risolvere situazioni sia di carattere collettivo che individuali riguardanti soggetti che soffrivano delle decisioni pesanti che coinvolgevano la sopravvivenza delle attività non rispondenti ai requisiti dettati dalle norme sanitarie. Durante questi incontri svolti presso la direzione del prof. Marcello Valenti, medico igienista di grande professionalità e umanità "mio maestro", Alberto Pica intuì immediatamente quanto le attività di controllo, invece di essere contestate in uno scontro che lasciava il sapore dell'amaro in bocca, potessero diventare, invece, il cavallo di battaglia delle Associazioni per far rinascere lo spirito di aggregazione sotto il manto protettore dei loro rappresentanti e per stimolare una nuova forma di partecipazione alla vita delle categorie imprenditoriali. Aveva visto bene!... e in tal modo, Alberto Pica con la

Fuori dal bar di piazzale Tiburtino (1963)

tecnica consumata del politico, analoga a quella del tessitore che intreccia trama e ordito, riuscì a rompere lo sbarramento che imbrigliava le acque della, comunque, sempre scarsa comunicabilità tra soggetti che in quel caso s'identificavano in controllori e controllati, sviluppando un approccio condiviso nell'ambito del settore Pubblico deputato al controllo igienico sanitario, che tanto poneva in soggezione gli operatori. Come una diga che si apre e le cui acque prorompono così la partecipazione agli eventi che potevano segnare e indirizzare la vita produttiva della città trovarono nell'uomo sindacalista e imprenditore Alberto Pica un apportatore di idee e di innovazioni, ossia un politico in grado di dialogare con gli amministratori locali e nazionali ed in particolare con quella dirigenza che rappresentava la longa manus del potere legislativo, che attraverso ben oltre 5000 norme, regolava la produzione, la commercializzazione e la somministrazione degli alimenti sul territorio nazionale. Costruiva gare nazionali sul gelato sia classico che innovativo giudicato da giurie di esperti che promuovevano il gelatiere dell'anno, per poi pubblicare i risultati sui più diffusi mezzi di stampa, sempre nell'obiettivo di partecipare alla crescita professionale e commerciale degli aderenti alla sua Associazione. Aveva, anche, compreso e assorbito una realtà fatta di rilevanti consumi di latte, caffè, zucchero, cacao, pane e prodotti di gastronomia, prodotti per l'arredamento degli esercizi, macchinari, attrezzature e convenience tale da poter determinare spostamenti importanti sulle scelte e sulle spese da un'industria a un'altra. Era in grado di progettare e di seguire la nascita e lo sviluppo dei suoi affiliati sia sotto l'aspetto progettuale, sia burocratico e sia economico facilitandone la gestione quo-

tidiana nell'ottica del buon inserimento e sviluppo nel tessuto commerciale cittadino. Consapevole di essere un Presidente blandito dalle industrie fornitrici dei prodotti richiesti per le attività dei suoi associati, riuscì egregiamente a muoversi tra quelle più importanti e maggiormente convenienti, successivamente divenute sponsor, ma privilegiando le realtà industriali locali. Promotore incessante di corsi qualificati a vantaggio degli associati per evitare gli eventi illeciti che avevano penalizzato i consumatori a rivolgersi alle cure del medico e degli ospedali, organizzava, nella sala dell'associazione, nonché nelle occasioni di maggior rilievo negli alberghi e nella Protomoteca del Campidoglio, incontri di aggiornamento permanente sull'igiene e sulla sicurezza alimentare. Riunioni e convegni che registravano una partecipazione crescente di adesioni di operatori, esperti di settore, rappresentanti politici e istituzionali che contò negli anni '70 oltre 1700 presenze contemporaneamente, salutate nei saloni dell'Hotel Cavalieri Hilton di Roma, per portare il messaggio di partecipazione alla crescita della città e all'esigenza di ampliare la professionalità e la cultura igienico sanitaria nell'ambito delle attività singolarmente gestite. Un benvenuto che ogni anno, alla presenza di autorità di Governo e locali, di Uffici e Istituti dei settori commerciale e sanitario e della Stampa, era coronato dall'elenco delle iniziative concrete e vittoriose che Alberto metteva nel suo paniere strappando il lungo applauso degli intervenuti. Non essere invitato al Convegno annuale dell'AEPER equivaleva al dispiacere di essere tagliati fuori da una realtà cittadina che si ripeteva ogni momento di ogni giorno nei bar gastronomia e nelle gelaterie produttrici del famoso "gelato artigianale italiano". Non dimenticò mai

di conservare e di rispettare il canale privilegiato che aveva realizzato utilizzando il suo linguaggio aperto e senza remore, che lo vedeva attore nei rapporti con i soggetti della politica, delle istituzioni e della magistratura inquirente per dirimere preventivamente controversie e per guidare i suoi associati in un percorso più comprensibile.

Da quel momento l'Associazione Bar Latterie e Gelaterie ebbe un sussulto di adesioni diventando una realtà numerica sufficiente da destare l'attenzione delle segreterie dei partiti. Infatti, costituiva un ghiotto deposito di voti, ma correttamente, Alberto non aderì mai ad alcun partito perché il suo credo era quello del "servizio" agli associati, consentendo, però, di presentare i programmi politici, in situazione di par condicio, in modo da creare un bacino di idee e di pensiero che, come una cascata, si riversava sugli aderenti, sulle loro famiglie e sugli affezionati clienti. Meno giovane e con tanta più esperienza non chiese più raccomandazioni, ma invocò sempre chiarezza e velocizzazione dei tempi burocratici per alleviare le sofferenze dai provvedimenti punitivi irrogati dagli organi di controllo. Sempre attento alle novità legislative in materia alimentare, nell'atteggiamento deferente che lo contraddistingueva, chiedeva sempre prima di iniziare un nuovo processo innovatore, coinvolgendo i rappresentanti degli Enti preposti al rilascio del parere obbligatorio, del cui risultato dava poi diffusione con la sua rivista specializzata "L'Esercente". Nella buvette del Campidoglio che ha gestito per un certo periodo, per condurre il suo programma di sviluppo dell'Associazione manteneva e sviluppava rapporti con gli amministratori locali dove le parole sussurrate a mezza voce tra un caffè e una brio-

Una pubblicazione giapponese cita il riconoscimento alla Gelateria Pica assegnato dal Gambero Rosso (2015)

che avevano un peso diverso rispetto a quelle scandite nell'aula consiliare; entrava e usciva dalla sala Giulio Cesare per proporre e sostenere in completa trasparenza progetti di sviluppo commerciale in armonia con le esigenze della Città.

Infatti, durante la lunga presidenza di Alberto, nei primi anni '80, furono disciplinati e chiariti alcuni requisiti per il rilascio dell'Autorizzazione Sanitaria agli esercizi del suo comparto, in particolare, per i laboratori per la fabbricazione del gelato artigianale annessi agli esercizi di vendita; si associò con successo al programma nazionale per l'abolizione della Tessera Sanitaria e fu sua l'iniziativa della richiesta dell'autorizzazione sanitaria per i bar per cuocere le brioches surgelate e per consentire la somministrazione di alimenti cotti surgelati preconfezionati, come pure la cottura alla piastra delle crepes e degli hamburger, delle uova e del bacon per la prima colazione. Lottò per destinare i servizi igienici ai soli avventori, sostenuto per evidenti motivi d'igiene dall'Ufficio con la messa in mora del Sindaco in carica e ottenendo la successiva realizzazione di cinque impianti nelle principali piazze di Roma (p.zza S.Giovanni, p.zza S.Silvestro, p.zza di Siena, Colosseo e p.zza Risorgimento) in parte smantellati e poco rintracciabili per indicazioni inesistenti o illeggibili, come la maggior parte dei WC installati nella Città e solo saltuariamente attivi.

Nell'instancabile vena d'iniziative che lo contraddistinguevano, chiedeva il coinvolgimento delle Autorità per ottenere il consenso per il lancio gratuito del gelato artigianale nelle scuole e nelle piazze per la gioia dei bambini, passione di Alberto e dell'insostituibile moglie Maria; il successo ottenuto sull'occupazione del

Un intervento del Presidente della Camera di Commercio di Roma Luciano Lucci ad una assemblea dell'AEPER (1992)

suolo pubblico per la sistemazione di tavolini e fioriere, nell'ottica di un turismo avido di esperienze gastronomiche nello scenario artistico e archeologico unico di Roma Eterna, ma attualmente tanto contestata e platealmente impedita dalle ultime tre amministrazioni che calpestano l'esperienza e la professionalità del passato, essendo priva di capacità programmatiche e intuizioni indispensabili per la gestione del futuro della Capitale. A quel punto, nell'intenso decennio degli anni '80, i bar respirarono l'aria nuova di un ampliamento merceolo-

gico che consentiva di sopravvivere alle difficoltà economiche di un'inflazione galoppante e di un'imposizione fiscale oltremodo penalizzante. Fu il risultato di una lunga trattativa che tra tagli, aggiunte e modifiche vide la luce con un'Ordinanza del Sindaco a complemento dell'esistente Regolamento d'Igiene. La partecipazione di Giorgio Bodoni fu essenziale per la crescita delle rispettive associazioni, che portarono il loro successo all'estero sia in Europa che negli Stati Uniti, New York e Los Angeles; viaggi realizzati nell'interesse comune a discapito sovente del mero divertimento, ma ricchi di esperienze gastronomiche e gestionali trasferite velocemente nelle proprie attività dai più solerti imprenditori, nello spirito dell'apprendimento e del migliore approccio con le realtà internazionali. Navigando insieme nelle acque del Mediterraneo riuscì ad ottenere dai politici invitati il consenso a partecipare alle norme regolatrici del commercio, ponendo la sua esperienza a servizio sia degli associati sia dei consumatori. Le sue vittorie erano sempre la vittoria della "Categoria". Oggi l'AEPER con il figlio Claudio nuovo presidente, continua il suo percorso con l'obiettivo dell'Europa, nella memoria dell'uomo artefice della grandezza dell'Associazione che ha gestito per oltre quarant'anni. Passando per via Merulana davanti al risorto edificio ex Ufficio d'Igiene, destinato nel prossimo futuro a esporre opere d'arte contemporanea, corre il pensiero a chi ha contribuito a rendere importanti, note e raggiungibili certe istituzioni e Alberto Pica spicca tra i volti dei grandi uomini che con la sua comprensibile dialettica e vivacità politico-intellettuale era riuscito a far spalancare i cancelli, rimanendo per tantissimi anni leader indiscusso della sua Associazione di categoria.

Dallo stand dell'Associazione Gelatieri in una passata edizione del Sigep

In ricordo di Alberto Pica

Alberto Pica, uno di noi. E' il pensiero più immediato che trovo, preso a prestito dal mondo sportivo, per raccontare di una collaborazione professionale che in poco tempo è diventata amicizia personale. SIGEP è stato il collante di questo incontro. Racconto della mia esperienza, ma insieme a me potrebbero dire di questo legame profondo tante persone, Presidente Lorenzo Cagnoni in testa, che per tanti anni hanno avuto la fortuna di convivere col genio creativo ed imprenditoriale di Alberto Pica.

Di Alberto Pica mi colpì la sua puntuale presenza ai comitati tecnici che organizzavamo per preparare l'edizione di SIGEP. Sistematica la presenza, meno la sua puntualità. Arrivava quasi sempre in ritardo, ma con l'Esercente sottobraccio e un cabaret di dolci e pasticcini in mano sapeva farsi perdonare da tutti.

Al suo fianco Maria, la moglie adorata, insieme ai figli. Loro si appartavano, ne approfittavano per fare una puntata in centro, ma c'erano sempre al suo fianco. Ho sempre pensato che Alberto avesse una visione strategica lucidissima, ma anche che sua moglie fosse decisiva in questa sua dote.

Alberto Pica metteva il suo carisma a disposizione di SIGEP, attraendo operatori in fiera perché certo che ne sarebbero usciti arricchiti di conoscenza e di business. Tutti lo conoscevano e lo stimavano, un autentico vulcano. I 'suoi' concorsi, alla ricerca delle variazioni intorno ad un gusto oppure della individuazione delle tendenze, o mille altre idee messe in campo, hanno sempre rappresentato un punto di riferimento fra gli eventi di SIGEP. Alberto Pica voleva che in vetrina fossero i gelatieri e le infinite premiazioni avevano proprio l'obiettivo di rendere protagonisti coloro che realmente lo sono in questa filiera straordinaria.

Il Direttore del Sigep Patrizia Cecchi

Di conseguenza lo stand dell'associazione era come un porto di mare, sempre affollato, perché lui era un maestro dell'accoglienza e aveva per tutti un consiglio. E come dimenticare le serate di gala. Credo di non averne saltata una perché, come scritto, ormai il rapporto era di amicizia personale. Anche quella serata, con Alberto Pica impareggiabile cerimoniere, aveva l'obiettivo di spronare e trasmettere autostima al mondo della gelateria artigianale. Per ogni iniziativa in questa direzione rispondeva presente, tutto ciò che serviva alla filiera lo vedeva disponibile.

Racconto due aneddoti. Andai a Roma per una serie di appuntamenti e Alberto con la sua solita squisita gentilezza si offrì di accompagnarmi. Pensavo che mi avrebbe aiutata anche negli spostamenti, per essere sempre puntuale. Al contrario, dopo che mi accolse in aeroporto, tardammo a tutti! Ci fermavamo ad ammirare le meraviglie romane, mi spiegava i suoi progetti, un salto in gelateria a via della Seggiola, e il tempo passava... Beh, gli appuntamenti li onorammo tutti, e alla fine di quella giornata avevo guadagnato un amico!

Il secondo è più legato alla sua vivacità. Erano gli anni '90 e si annunciò a sorpresa l'arrivo del TG2, che al tempo aveva un logo rosso dai contorni arancio e giallo. "Inventati qualcosa" gli dicemmo.

Dopo trenta minuti eravamo allo stand, aveva preparato un gelato al gusto Tg2, riproducendo i loghi del TG Rai. Spettacolare!

Chiudo qui. A nome di SIGEP sarò sempre grata ad Alberto e a tutte quelle grandi persone che in questi anni al nostro fianco hanno costruito il salone più importante al mondo per la gelateria artigianale. E' una architettura imperniata sulla condivisione, sulla responsabilità e sulla lealtà. Sono le grandi doti di un uomo come Alberto Pica ed oggi che il testimone è nelle mani del figlio Claudio stiamo già percependo chiaramente che la rotta è la medesima. Viva il gelato artigianale, viva il Sigep.

PATRIZIA CECCHI

Italian Show Director IEG

Con Nazario Pedini (Direzione tecnica del Sigep) alla premiazione del vincitore Paolo Fornaciari del concorso per gelatieri (2013)

SIGEP, tutti i numeri del successo

La storia di Sigep è scandita da un crescente successo che prende avvio con la sua inaugurazione, il 17 gennaio del 1980. Nata su suggerimento dei gelatieri aderenti alle associazioni artigiane, che chiedevano una manifestazione di supporto alla loro attività, la prima edizione ha visto la partecipazione di 180 aziende del settore gelateria e pasticceria su 9.500 mq di superficie, con un pubblico di 30.000 operatori. L'idea di affiancare all'area espositiva un ricco programma di eventi spettacolari si è rivelata fin da subito vincente. Nella prima edizione, i maestri del dolciario artigianale hanno così partecipato a una competizione che li ha visti produrre monumentali dolci raffiguranti le maggiori opere architettoniche del Bel Paese, mentre 138 gelatieri hanno gareggiato per eleggere i nuovi gusti dell'estate 1980. Il segreto, oggi più che mai, dell'altissima caratura degli eventi collaterali, è quello dell'organizzazione, che vede la totale e fattiva collaborazione delle più importanti associazioni di artigiani dei vari settori. Fra queste, un ruolo di protagonista l'ha sempre avuto l'Associazione Italiana Gelatieri col suo storico condottiero Alberto Pica. La manifestazione è costantemente cresciuta, chiedendo sempre più spazi per aprire alla domanda di partecipazione ad un evento che oggi è leader al mondo.

Decisivo, nel 2001, l'approdo nel grande e nuovo quartiere fieristico, via via esteso con nuove aree e che nell'edizione del 2018 potrà usufruire di 129.000 mq. Va segnalata anche, nel 2004, l'inaugurazione proprio in contemporanea a SIGEP della stazione ferroviaria interna al quartiere, che oggi veicola quasi il 20% dei visitatori. Altra carta vincente, l'associazione con altre filiere, tanto che a quelle tradizionali (gelateria, pasticceria e panificazione) ora hanno una precisa identità espositiva e negli eventi anche le filiere del caffè e del cioccolato.

Esibizioni al Sigep (2016)

SIGEP ha letto in anticipo le tendenze del settore, consentendo agli operatori di individuare i nuovi format di successo, comprendere la necessità di una alta formazione professionale, così come di accedere alle conoscenze delle tecnologie più innovative. E poi gli eventi, sempre più internazionali fino alla grande Coppa del Mondo della Gelateria, gemmata dalla molteplicità di concorsi che le Associazioni, sempre puntuali con il loro contributo, hanno promosso. Tra questi, da ricordare le iniziative dell'Associazione Italiana Gelatieri, con Al-

berto Pica sempre in prima fila con nuove idee e la tensione costante all'internazionalità.

I numeri hanno continuamente premiato Sigep, ormai da anni capace di ospitare oltre 150.000 presenze di operatori professionali da tutto il mondo, con oltre mille imprese, sempre in costante aumento. Il numero degli stranieri oscilla stabilmente vicino alle 40.000 presenze da oltre 150 Paesi. Un successo, quello di SIGEP, anche sotto il profilo mediatico, con oltre 600 giornalisti accreditati. Enorme copertura anche dei social network: facebook, twitter, linkedin, youtube, ecc.

Le relazioni internazionali sono garantite da una rete di collaboratori che coinvolge quaranta paesi. Per connettere al meglio domanda e offerta, già da anni, è attivo il progetto Top Buyer da Cinque Continenti, che permette a espositori e buyer stranieri di definire l'agenda degli incontri da sviluppare in fiera ma anche il progetto Sigep Neo, che intercetta quanti stanno per affacciarsi al settore della gelateria e del dolciario artigianale. I concorsi internazionali, le dimostrazioni tecniche, i seminari, i convegni sono quindi parte integrante della proposta SIGEP e costituiscono fattori di comunicazione e scambio tra le aziende, gli operatori, i media, le associazioni di categoria che rappresentano le intere filiere e gli opinion leader del settore.

Una iniziativa fondamentale e a supporto del settore è stata quella di creare eventi itineranti che durante l'anno promuovessero nel mondo il gelato artigianale italiano e l'arte dei gelatieri. Gelato World Tour e Gelato festival vanno in questa direzione, con 42 tappe nel 2017 e utili anche a tessere relazioni internazionali a vantaggio delle imprese e del loro business. Dall'edizione 2017, SIGEP è organizzato da Italian Exhibition Group, il player fieristico nato dall'integrazione fra Rimini Fiera e Fiera di Vicenza e leader italiano per manifestazioni proprie organizzate. Ma la mission di IEG è ambiziosa e già concretamente attuata: affermare e valorizzare nel mondo il made in Italy, il ben fatto italiano, con tutto ciò che significa a livello di saperi, prodotti e tecnologie. E quale 'punta di diamante' migliore del dolciario artigianale?

Premiazione degli Ambasciatori del Gelato durante la manifestazione "L'Officina del Sapore" (2017)

GLI AMBASCIATORI DEL GELATO ARTIGIANALE

Quando si parla di eccellenza enogastronomica italiana nel mondo si parla ormai anche di gelato artigianale. I nostri maestri gelatieri sono tra le figure più richieste in ogni latitudine, sia per la formazione in loco di nuove risorse sia per la apertura di punti vendita con marchi che abbiano la "italianità" come certificato di garanzia di qualità. Ed è sulla base di queste considerazioni che poco più di cinque anni fa nacque grazie a Claudio Pica (allora segretario della Associazione Esercenti Bar e Gelaterie di Roma) l'idea di creare una rete, un club, che raccogliesse i migliori gelatieri italiani. Sul palcoscenico della terrazza del Pincio, a Roma, fu presentato ufficialmente il club degli ambasciatori del gelato artigianale italiano nel mondo . L'obiettivo era ed è ambizioso, quello di tutelare con la professionalità maturata sul campo la identità del prodotto italiano in ogni angolo del pianeta marcando e tutelando l'originalità, la autenticità e la qualità. Da allora gli Ambasciatori del gelato sono stati presenti a tutte le manifestazioni alle quali l'Associazione Italiana Gelatieri ha partecipato, soprattutto al Sigep di Rimini dove si tiene un concorso riservato esclusivamente a loro, un concorso al quale si accede dopo anni di prove e manifestazioni in tutto il mondo e che rappresenta un prestigioso biglietto da visita per tutti i maestri gelatieri italiani. Recentemente è stata una creata nuova figura di eccellenza che si colloca tra il semplice iscritto all'Associazione ed il top della categoria, rappresentato dagli Ambasciatori: si tratta del Cavaliere del gelato artigianale, un maestro che ha paura di sperimentare, di innovare sia in termini di qualità che di prodotti naturali utilizzati ma ha comunque esperienza, capacità e bravura che gli permettono di "osare", sempre con il fine di "alzare l'asticella" verso la creazione di un gelato artigianale sempre più salutare. Ambasciatori ed i Cavalieri hanno un Disciplinare di adesione e di condotta, i coordinatori nazionali sono Mario Serani (Ambasciatori) ed Emanuele Montana (Cavalieri).

"L'Officina del Sapore" (2017)

Al Sigep l'open space allestito dall'Associazione Gelatieri (2014)

LA MISSION DELL'ACCADEMIA DEL GELATO ARTIGIANALE

L'Accademia del Gelato Artigianale di Alberto Pica si prefigge come missione la promozione dei valori e della cultura del gelato artigianale italiano nel nostro paese e nel mondo. Attraverso i nostri corsi formativi educhiamo i gelatieri alla cultura dell'artigianalità, alla divulgazione e difesa del made in italy, alla tutela del consumatore e della sua salute, alla promozione della cultura enogastronomica italiana, al rispetto dell'ambiente, trasformandoli in imprenditori artigiani etici. Gli alunni diventeranno loro stessi ambasciatori di questa cultura e contribuiranno con la loro esperienza e divulgare la nostra visione in italia e nel mondo. Non a caso la consideriamo un'accademia nel suo significato più profondo all'interno della quale tutti posso crescere professionalmente sfruttando le enormi potenzialità del gruppo formato sia dai docenti che dagli stessi alunni che rimarranno collegati con la scuola attraverso corsi di aggiornamento e dispacci che riceveranno periodicamente.

L'intervento di Alberto Pica ad una Assemblea dell'AEPER (1992)

I giorni del lutto

di **Giovanni Tagliapietra**

È una di quelle notizie che non si vorrebbe mai dare. E' scomparso un amico, la notte scorsa. Alberto Pica, leader dei gelatieri romani, ma anche italiani. Uno dei personaggi a mio avviso più significativi, più rappresentativi di quella schiera di imprenditori e di artigiani che si batte per crescere, per diventare adulta, per far maturare Roma a dispetto di una classe politica e amministrativa spesso gretta, arretrata, senza sogni e ideali. Quelli che aveva e che ha trasmesso alla sua famiglia, ai figli, ai suoi collaboratori Claudio Pica. Un uomo piccolo di statura ma grande di cuore, di idee, di entusiasmo. Portatore di una vitalità prorompente che lo ha portato nel corso degli anni a trascinare tutto e tutti. Non dico nemmeno quanti anni aveva, non parlo della sua malattia e dell'angoscia dei familiari. Racconto solo un pezzo di vita che in più momenti - nel corso di quasi quarant'anni - ha attraversato con una ventata di entusiasmo la mia, privata e professionale. Racconto 70 anni di battaglie per far crescere la sua associazione di gelatieri artigianali, per far diventare la sua "Seggiola", sotto il Ministero di Grazia e Giustizia, a via Arenula, un punto di riferimento per gli amanti del miglior gelato (quello di riso, incredibile, e poi manna e petali di rosa), 70 anni di battaglie per creare coscienze professionali e professionalità, per affermare un prodotto, per lottare nelle stanze del potere e contro il potere. Contro quegli amministratori che lo prendevano sotto gamba e che non gli davano troppo retta per il suo modo diretto e umile di porsi.

Ha avuto premi, riconoscimenti di tutti i tipi, ma nessuno ha pubblicamente riconosciuto la straordinarietà del personaggio. Senza retorica, con Pica non serve e non c'è bisogno di aureole. Ha letteralmente creato una categoria produttiva, gli ha dato un'anima, un orgoglio, una struttura solida. Pica ha cambiato negli anni il modo di fare promotion, di fare impresa, di fare marketing, spesso in tandem con altri imprenditori illuminati come Claudio Arcioni, leader dei vinattieri capitolini e di pochi altri. La sua associazione ha raggiunto una maturità invidiabile e sotto la guida del figlio Claudio ha anche un peso contrattuale non indifferente. Il gelato artigianale è diventato un brand nazionale e internazionale, grazie a lui.

Da "L'Esercente" – Novembre 2015

Dal Sigep di Rimini (2017)

L'officina del sapore

di **Pier Giorgio Tupini**

L'Officina del Sapore, inventata dal Presidente dell'Associazione Esercenti Pubblici Esercizi Roma Claudio Pica, deve diventare asilo culturale di professionisti e di esperti che desiderano organizzarsi come "sodalizio culturale gastronomico e luogo, dove si creano idee", ossia un forno ardente che, nell'attività del cuoco, non serva solo a cuocere cibi, ma anche a forgiare menti e artisti della gastronomia, dei pasticceri, dei gelatieri, dei cioccolatieri e dei vinattieri, al pari di una fucina di poeti, di intellettuali e di studiosi. Purtroppo l'immagine di Roma è spesso presentata in modo genericamente allarmante con l'enfasi dello scandalo spettacolo, da comunicati, che traendo spunto da plateali interventi repressivi dell'Autorità Locale o avvenimenti delittuosi, causano l'abbassamento del livello della sicurezza percepita, l'allontanamento del turismo e deprimono le iniziative delle categorie dei settori produttivi e commerciali messe in campo per migliorare i servizi al cittadino. Riconoscendo il principio del più ampio diritto alla divulgazione delle notizie quale bene fondante la libertà, si auspica, a sostegno dell'immagine e del prestigio del prodotto made in Italy, la pubblicazione lineare e trasparente degli episodi di vita e di cronaca. Intanto, però, i consumi dei generi alimentari mostrano un'evoluzione stanca, poiché molte persone, avendo allontanato il valore del mangiar bene e trascurando l'importanza dei sapori, si rivolgono a prodotti di minor qualità.

L'Officina del Sapore, convinta che la cultura sia la forza motrice del rinnovamento della società e del turismo internazionale, s'impegna a consolidare la tradizione enogastronomica, mediante un'energica polemica contro il decadente neorealismo della gastronomia. Il progetto dell'Officina, presentato all'attenzione del mondo politico e dei mezzi d'informazione, ha lo scopo di educare i futuri clienti ai valori del gusto e della qualità per richiamare il turista nella città più bella del mondo. L'apertura della manifestazione, nello scenario del Waldorf Astoria, è la testimonianza dell'impegno costante dei pubblici esercizi a sollecitare la crescita sociale e commerciale, chiedendo alla politica e alla pubblica amministrazione di non scavalcare nei momenti decisionali i comparti produttivi che rappresentano il tessuto economico vitale della città, ma di mantenere un dialogo reciproco, continuo e costruttivo.

Salone Cavalieri Waldorf Astoria - Officina del Sapore 2017

Nello spirito di collaborazione attiva, le categorie e le associazioni imprenditoriali del mangiar sano e bene saranno sempre accanto alle Istituzioni pubbliche per migliorare il livello di civiltà, di servizio e di accoglienza.
L'arte della gastronomia ha assunto un ruolo fondamentale nella definizione della qualità della vita, configurandosi come strumento di salute, d'incontro, di pensiero, di condivisione, di negoziazione e d'integrazione, con la capacità e l'auspicio di stimolare il cambiamento, di modificare e promuovere un atteggiamento partecipativo del governo politico e amministrativo, tale da incidere nella rinuncia al prevalere dell'esercizio di quel potere che agisce a discapito della sorte dei più deboli e indifesi.
Purtroppo, ancor oggi troppi rappresentanti della politica gestiscono la cosa pubblica con un interesse lontano dalle necessità e dalle afflizioni della gente, facendo scivolare l'Italia di gradino in gradino sulla reputazione internazionale, disgraziatamente anche nei settori dell'accoglienza, dei beni culturali e dei prodotti enogastronomici, elementi essenziali e trainanti del buon turismo. Personaggi politici sconosciuti, tanto da sembrare più un barlume desiderato per indicare la strada dello sviluppo da imboccare, ma destinato, invece, ad estinguersi come un fuoco di paglia appena avvampato.
In questo sfondo si accentua il dispiacere di quanto la politica non sostenga il settore gastronomico, confermando che l'immagine della nostra arte culinaria sopravvive nel mondo solo grazie alla professionalità e al sacrificio di quei gastronomi, pasticceri, gelatieri ed enologi che mantengono la dignità di un'attività indispensabile per il richiamo del turismo e l'immagine della nostra nazione.
Un'ulteriore conferma di quanto le iniziative per la crescita del prodotto "Gelato italiano" a tutela del consumatore, siano opera solamente delle categorie professionali, è l'impegno a redigere il disciplinare del "Gelato artigianale italiano" per ottenere il riconoscimento Europeo come prodotto Specialità Territoriale Garantita (S.T.G.), reso noto dai Presidenti dell'Associazione Esercenti Pubblici Esercizi di Roma e dell'Accademia della Cultura Enogastronomica, in occasione della manifestazione per il 73° anno di vita dell'AEPER.
Una Commissione di esperti dell'Università, della Sanità, della Pubblica Amministrazione, del settore della gelateria e di rappresentanti territoriali è già al lavoro per concludere il documento da presentare al Consiglio d'Europa al fine di ottenere il riconoscimento e la sua emanazione. Le caratteristiche alle quali deve corrispon-

Dalla manifestazione "Gelato World Tour" (2017)

dere un “gelato artigianale italiano” sono l’oggetto dello studio per definire storia, materie prime, ingredienti aggiunti, tecniche e tecnologie, conservazione, vendita del prodotto e, da ultimo, gli indici tecnico-scientifici indispensabili per valutare l’avvenuta corretta applicazione delle regole dettate dal Disciplinare. Per vincere è indispensabile che la presentazione del lavoro sia accompagnata dalla volontà e dalla partecipazione dell’intera categoria interessata per scortarlo a Bruxelles con la voce di una popolazione numerosa che promuove e difende la sua storia, i suoi prodotti e la sua professionalità.

Evitare, pertanto, con tutto l’impegno possibile di non far cadere nel grigiore dell’attuale periodo di recessione il settore della produzione degli alimenti, scusando le sconfitte con le quotidiane difficoltà, per ricollocarsi nel mercato con idee sulla qualità riconoscibile e su quel servizio che caratterizzi, sintetizzi, informi e comunichi con il sorriso il vero spirito italiano della professionalità e dell’accoglienza.

Soltanto la volontà costante di riconquistare il proprio ruolo senza soggezioni può condurre al rinnovamento di una società matura e professionalmente preparata, anche nel ricordo del pensiero di Rita Levi Montalcini che ha scritto “non bisogna abbandonare la cultura del coraggio di ribellarsi”

da Il nuovo Corriere di Roma e del Lazio n.84 – 21 dicembre 2017

Una delle ultime immagini di Alberto Pica durante un'assemblea dell'AEPER (2014)

INDICE

Prefazione

Omaggio a un pioniere contemporaneo……..….*pag.* 3

Capitolo 1

L'uomo che sussurrava ai potenti ……..…….. *pag.* 9

Capitolo 2

Quella profondità che non ti aspetti ……..…… *pag.* 15

Capitolo 3

Dalla politica del gelato alla politica di una categoria……*pag.* 27

Capitolo 4

Strategie vincenti …..……..……..…… *pag.* 43

Capitolo 5

Gelato, adesso è una questione di numeri ……..……..... *pag.* 53

Capitolo 6

Una questione di famiglia …..……..…… *pag.* 63

Il ricordo di Evelina …..……..…… *pag.* 70

Il ricordo di Roberta …..……..…… *pag.* 72

Postfazione

Una eredità che pesa di Pier Giorgio Tupini…..……... *pag.* 75

IN APPENDICE

In ricordo di Alberto Pica di Patrizia Cecchi.…… *pag.* 91

SIGEP, tutti i numeri del successo……..….. *pag.* 95

Gli ambasciatori del gelato artigianale..……..….... *pag.* 99

La mission dell'Accademia del gelato ..……..…... *pag.* 101

TESTIMONIANZE

I giorni del lutto ……..….……..….. *pag.* 103

L'officina del sapore……...….……. *pag.* 105