

## **L'identità della “regione che non esiste” affidata alla pasta**

Quando si parla di Molise, scatta automatica una locuzione: “Il Molise non esiste”. Il copyright apparterrebbe al fumettista Leo Ortolani. Il noto disegnatore pisano ha inserito la frase in una striscia del suo più noto personaggio, Rat-Man, che trovandosi in un luogo dove per chilometri e chilometri c'è il nulla, afferma di trovarsi in Molise.

Da allora tanti gli sono andati dietro. E fare ironia su questa regione, la più piccola del Mezzogiorno e con meno abitanti di Catania, è ormai una moda. Il noto sito satirico “Lercio”, ad esempio, in pieno Covid ha pubblicato una notizia dal titolo “Coronavirus, il Molise mette in quarantena tutti quelli che provengono dalla realtà”. Geniale, così come la diffusa denominazione “Molisn't”.

Qualcuno prova a farne un punto di forza, come un'azienda molisana che apre il proprio sito con la frase “Regala o regalati prodotti unici della regione che non esiste”.

Di certo, però, questa etichetta dura a consumarsi fa parte di quel filone di “inesistenze” che anche in ambito internazionale colpisce interi Stati, come il Paraguay in America, o grandi regioni, come Acre in Brasile, nell'Amazzonia più remota. È pur vero che territori come il Vermont o il Wyoming, con popolazioni non troppo dissimili dal Molise, possono vantare persino il rango di Stato.

Tutta questa narrazione tra il satirico e il mitologico nasce dal fatto che la regione Molise, staccatasi nel 1963 dall'Abruzzo, resta sconosciuta alla maggior parte degli italiani. Abbarbicata sulle montagne, isolata, svuotata dall'emigrazione, è segnata dal fatto che nessuno ne ricordi un fatto storico, una canzone, un piatto tipico, persino il capoluogo. Resta, insomma, il problema atavico di associare a questo territorio un qualcosa che lo renda riconoscibile agli italiani.

Eppure un'eccezione c'è, che addirittura pone il Molise all'avanguardia rispetto al resto dello Stivale: avere un marchio di pasta che sbandiera il nome della regione.

Grazie al pastificio "La Molisana", l'identità di un'intera regione è associata principalmente alla pasta. Anche perché non si tratta di un marchio secondario: ottavo in Italia per fatturato, settimo secondo la classifica per qualità di Altroconsumo, è presente nei principali stadi italiani (gli accordi più stretti con la Roma e con il Milan) ed ha come *brand ambassador* nientemeno che il campione olimpico Marcell Jacobs.

Si tratta di una realtà industriale estremamente sovrapponibile all'essenza di questo territorio, in cui convivono tradizione, amore per l'ambiente e innovazione: la storia regionale, al pari della Roma imperiale, fa riferimento principalmente alla civiltà sannita di oltre duemila anni fa, non a caso molti nomi dei comuni comprendono il riferimento al Sannio (Belmonte del Sannio, Cantalupo del Sannio, Civitanova del Sannio, Mirabello Sannitico, Montefalcone nel Sannio, Poggio Sannita, San Giuliano del Sannio, Sant'Elena Sannita, Torella del Sannio); parallelamente le poche aziende dell'area, come Stellantis a Termoli, sono particolarmente attente all'innovazione e all'impatto ambientale, compreso proprio il noto pastificio di Campobasso.

Ecco, allora, che la pasta ha assunto il ruolo di emblema ed ambasciatrice del Molise. Una consacrazione, in fondo, naturale, perché trae origine da quella stretta e ancestrale connessione con l'ambiente naturale che caratterizza i molisani, per lo più eredi dei contadini produttori di grano e dei pastori protagonisti della transumanza.

Analogamente sopravvive, seppur a fatica, lo spirito artigianale: nel territorio si producono a mano le ultime zampogne, resiste una classe di artisti scalpellini, c'è ancora qualche ramaio, è attiva la medievale lavorazione dell'acciaio per produrre forbici e coltelli e soprattutto è nota la più antica fabbrica artigiana familiare al mondo, la millenaria fonderia Marinelli di Agnone, provincia di Isernia.

Dove tutto è remoto, è ultrasecolare anche la storia del pastificio “La Molisana”, fondato a Campobasso nel 1912 dalla famiglia Carlone proprio come bottega artigianale, al pari di altri storici marchi molisani tuttora attivi (Bernardo 1910, Colavita 1912, Favellato, Guacci 1870, Testa, ecc.), a dimostrazione che il legame tra il Molise e la pasta è solido e antico.

Grazie all’ottima qualità del prodotto, tuttora riconosciuta, “La Molisana” già nel ventennio fascista si è affermata come azienda leader nel settore della produzione di pasta di semola.

Il legame con il territorio è presente non soltanto nella denominazione, ma anche nel logo: le due spighe sono parte dello stemma della Provincia di Campobasso (a sua volta erede del Contado di Molise) e le sei torri sono quelle presenti nello stemma del capoluogo e rappresentano le porte di accesso all'antico borgo medioevale della città. Non solo: i colori rosso e blu sono mutuati dalle due più antiche confraternite molisane, i Crociati e i Trinitari, e sono anche quelli della locale squadra di calcio, che negli anni Ottanta raggiunse la serie B.

È palese, pertanto, l’orgoglio dell’appartenenza, rafforzatosi con il tempo, e che fa della pasta non solo un prodotto alimentare, ma una sorta di *genius loci*, un vessillo di valenza sociale e identitaria, specie in una regione carente di fattori di estesa riconoscibilità. Nella pasta, in Molise, c’è la storia di uno dei territori a maggiore vocazione agricola, quelle “Terre del Sacramento” magistralmente raccontate nelle pagine immortali di Francesco Jovine. E c’è la fierezza di un’appartenenza attraverso un prodotto sincero, verace, genuino per antonomasia qual è la pasta, tra l’altro simbolo del “made in Italy” nel mondo.

Proprio per questa vocazione, i pastifici sono anche particolarmente attenti all’impatto ambientale, armonizzando memoria e nuove tecnologie. “La Molisana”, ad esempio, è una delle aziende che ha aderito al progetto “ Impatto Zero” per ridurre e compensare l’impatto ambientale delle proprie attività, dei trasporti, degli eventi, dei prodotti e dei servizi.

Il progetto si avvale di università italiane e straniere specializzate nell'LCA, Life Cycle Assessment, ciclo di vita del prodotto, per il calcolo scientifico dell'impatto ambientale e della collaborazione di parchi e riserve per le attività di riforestazione, conservazione e tutela dei terreni.

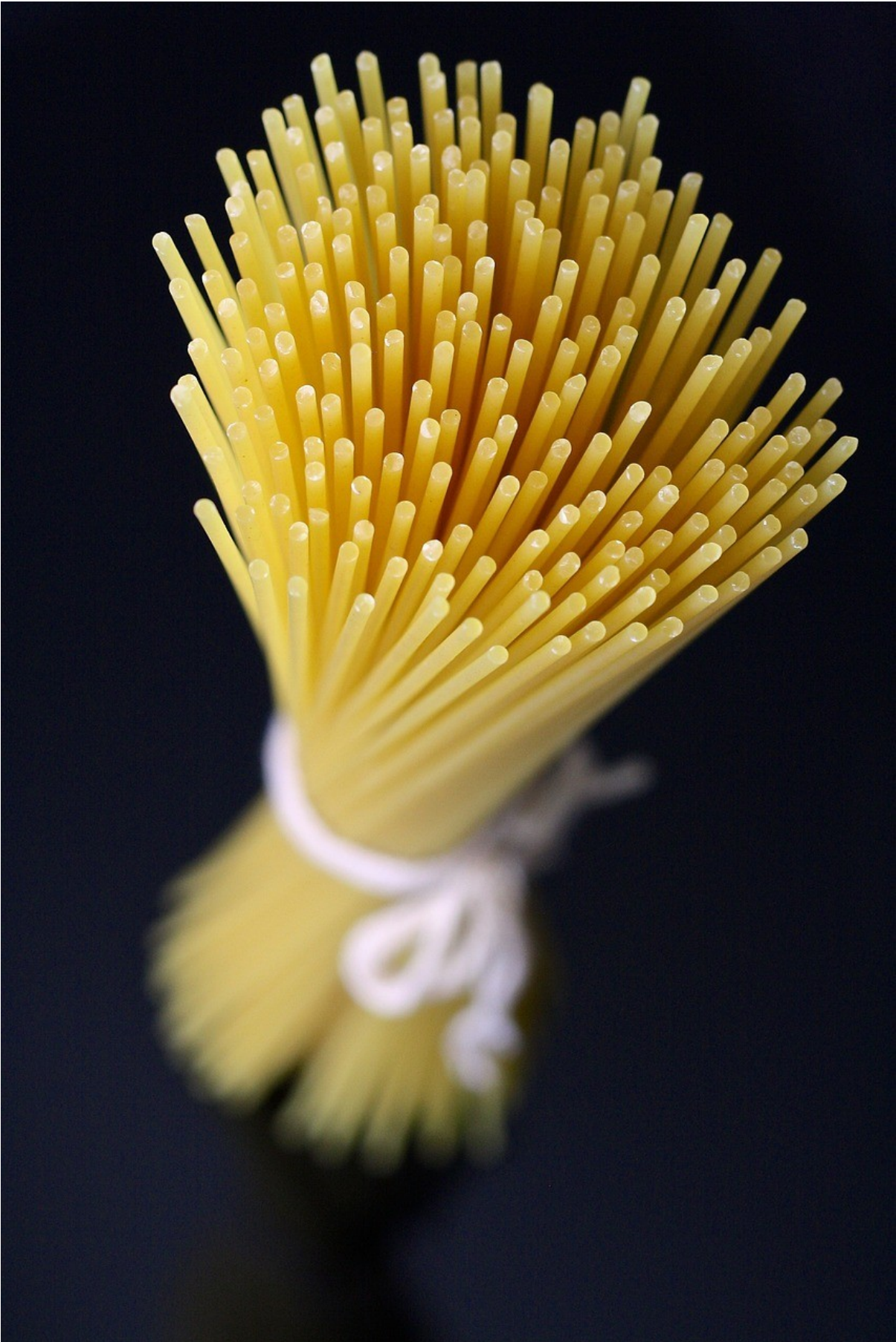
Altro importante nesso tra tradizione e innovazione per il pastificio di Campobasso è rappresentato dalla recente costruzione del molino – in Molise ne resistono molti - che ha completato così la filiera produttiva dalla selezione dei grani alla realizzazione del prodotto finito, favorendo ulteriormente il legame con l'identità e l'economia del territorio.

La famiglia Ferro di Campobasso, che nel 2011 ha acquisito l'azienda, anche su questo versante ha rafforzato il legame con la tradizione: i progenitori della quarta generazione oggi al comando dell'azienda (Giuseppe e Rossella, affiancati dai cugini Flavio e Francesco) sono stati gli ideatori del molino di corso Bucci a Campobasso nel 1943. Insomma, una vocazione presente nel dna familiare. E a gennaio 2022, nel segno dell'innovazione, l'azienda ha acquisito alcuni *asset* dell'ex Zuccherificio del Molise.

Nel segno della pasta, dunque, il Molise non solo esiste, ma r-esiste, affrontando, come Davide contro Golia, le sfide di un mercato sempre più esteso e globalizzato. “Se oggi la tecnologia è in grado di simulare la qualità, riprodurre modelli vincenti mutuati da altri, non è in grado di generare passione, attaccamento all'azienda e senso di appartenenza, resilienza – dicono in azienda. Se “La Molisana” ha preso il largo, il Molise del futuro ha tutto da guadagnare con l'identità della pasta.

**(Maria Di Saverio)**





la fibra  
del campione

Integrale La Molisana, ricca di fibre.

*La Molisana*

Marcell Jacobs

La Molisana  
Ricca di fibre  
SOLO  
GRANO ITALIANO  
DEFORTECATO A PIETRA  
SELEZIONATO AL TRIVENTO  
MEZZI RIGATONI



(da Wikipedia)