

“U ZAFARAN”, PEPERONE REGALE



VITO VERRASTRO

Se da un lato la riforma della **Politica Agricola Comune** pone ormai il mercato come punto di riferimento per le scelte degli imprenditori agricoli, il prodotto - inteso nelle sue diverse accezioni di qualità - costituirà l'elemento principale della domanda dei consumatori, sempre più attenti e consapevoli.

L'espressione del territorio di origine delle produzioni, primo snodo di originalità che i marchi di denominazione contribuiscono a rendere esplicito ed oggettivo, diventa così punto-cardine nel processo di identità.

In un contesto globale ormai privo di periferie, anche **Senise**, storicamente indicata come zona tra le più povere della **Basilicata**, si trova dunque oggi al centro di un meccanismo che sta producendo effetti sorprendenti, sia sul piano locale che a livello nazionale ed internazionale.

Merito del **peperone**, o "**zafarano**", così chiamato in loco dal '600 perché la sua polvere finissima ricordava, molto da vicino, quella più nota dello zafferano. Dalle origini remote ed espressione di una cucina povera e per molti versi sottovalutata, è diventato uno dei simboli delle produzioni tipiche della Basilicata intera. Anzi, nella versione fritta, da "**crusco**" (ovvero croccante), proprio per la sua assoluta unicità nel panorama mondiale, ambisce addirittura a diventare il simbolo, il tratto distintivo del made in Lucania, da diffondere tra i palati più esigenti.

Il peperone di Senise, **Igp** dal 1996, deve rispondere alla domanda crescente dei mercati nazionali ed internazionali. Non sul piano della quantità, naturalmente, ma su quello della qualità. Tanto che, girovagando nelle boutique alimentari e nei ristoranti di alta classe, in **Europa** e oltreoceano, non sarà difficile scorgere questi peperoni in collane (o "serte") lunghe un metro e mezzo, tanto belle dal punto di vista coreografico quanto apprezzate dagli chef alla ricerca di abbinamenti sempre più esclusivi.

Del resto, non si tratta di un prodotto comune. Si deve saper cucinare, e anche il palato va affinato ad un sapore tutt'altro che tradizionale, almeno per i non lucani. Curiosa, questa escalation, che però va raccontata nei suoi risvolti locali per essere compresa fino in fondo.

E allora bisogna viaggiare, sia pure all'inizio soltanto virtualmente, per approdare a Senise, che sorge sul pendio di una collinetta lungo il torrente **Serrapotamo**, af-

fluente del fiume **Sinni**, e si immerge in pieno **Parco Nazionale del Pollino**. Qui, da secoli, il peperone rappresenta un elemento caratterizzante della tradizione gastronomica locale, ma negli ultimi anni è diventato anche uno stimolo per l'imprenditoria e un barlume per il mercato del lavoro, che da queste parti continua a registrare alti tassi di disoccupazione.

Tra le aziende che meglio hanno saputo interpretare e proporre all'esterno uno dei simboli più antichi della tradizione, collocandosi come impresa di trasformazione a capo di una filiera di piccoli produttori locali, quella di **Giuseppe Pennella** emerge per la caparbia volontà di imboccare, anche se in tempi recenti, un sentiero su cui scommettere insieme al suo staff e, probabilmente, a tutto il suo paese: "*Non disponendo di una bibliografia esauriente, ci siamo mossi con una ricerca sul campo,*



OTTAVIDIO CHIANACIA

parlando con gli anziani, con chi aveva assimilato la tradizione di generazione in generazione, riuscendo a comprendere qualcosa di più circa le origini del peperone, alla sua lavorazione, alla sua conservazione". Da qui un intervento di progressiva "depurazione" delle piante, allo scopo di selezionare e produrre semi di altissima qualità. I risultati odierni si attestano dalle 20 alle 22 tonnellate prodotte per ettaro, una quindicina di addetti stagionali, il 90% della produzione equamente distribuita tra mercato regionale e nazionale, con un interessante soglia del 10% che tocca i mercati stranieri.

"Oggi produciamo circa 3.000 serte l'anno, indirizzate a quelli che chiamiamo 'esploratori del gusto' - precisa **Carmen Calcagno**, responsabile del marketing per l'azienda Pennella -. La rete commerciale del Centro-Nord Italia ha iniziato a produrre i primi risultati, ma è sorprendente anche la frequenza con cui i privati che hanno gustato il prodotto ci chiamano per chiedere consigli su come cucinarlo, per ricevere maggiori informazioni, per capire dove si trovi questo piccolo paese lucano".

Positivi i test effettuati in **Belgio, Germania, Repubblica Ceca, Los Angeles, Tokyo e New York**. Non manca chi, spinto proprio dalla curiosità tipica del gastronomo, si spinge a viaggiare per chilometri alla ricerca dell'origine di questo prezioso peperone. Magari proprio a fine estate, quando le caratteristiche "collane", esposte al sole, sono sospese su pertiche o sulle ringhiere dei balconi, contribuendo a dare una tipica nota di colore rosso mattone ai paesi della zona. "L'aspetto turistico - affermano convinti i produttori locali del prodotto - potrebbe essere un asse interessante su cui lavorare fin da oggi, considerato che i flussi di viaggiatori del gusto sono in costante aumento". ●

If one eats in posh restaurants in Europe and all over the world, one cannot fail to notice how frequently one and a half metre long necklaces of red peppers are displayed as if ornaments and bound to end up, pepper after pepper, in various dishes, for the most demanding gourmets to taste.

This is a clear sign of how the "old economy" made in Basilicata, which considers the local and traditional products something to be proud of and, therefore, protect and hand down, has been capable of providing national and international niche markets with interesting novelties.

One of these is the red pepper from Senise, well-known in its fried variety, in which case it is called "crusco", that is crunchy; it has become an IGP, thus acquiring the status of symbol of Lucanian gastronomy.

Whether dry or in fine powder (hence the local name "zafarano" which in ancient times recalled the popular zafferano) it is produced with equal attention in several farms, which have realised that the exploitation of this local symbol will lead both to touristic development and to some improvement in the occupational sector, which has always caused problems in this region.

Giuseppe Pennella, tired of the static Lucanian economy, has recruited a qualified staff and has carried out some research by questioning the old people of the village, who have given him information about the use and processing of pepper.

The progressive and careful selection of plants and seeds guarantees a high-quality production which is exported in high-quality restaurants throughout Italy, Europe and the world.

Furthermore, many young people are starting to contact local firms producing red pepper hoping to find a job.