Il Gattullificio

ce810529-a061-433a-ba99-d48435e4ed24

Enzo Jannacci ci passava di sera, prima di salire sul palco del Derby Club Cabaret, a mangiare cannoncini. Da Gattullo, Renato Pozzetto aveva dato il suo nome a un panino di salame Milano, burro, cetrioli sottaceto e senape, come altri lasciano una firma su un contratto. Beppe Viola aveva battezzato l'intera compagnia di artisti, musicisti e saltimbanchi con un appellativo che dice tutto: "il Gattullificio". Fabbrica di umorismo, laboratorio di idee, anticamera del cabaret. E pasticceria, ovviamente.

Peppino Gattullo era arrivato a Milano nel 1926 da Ruvo di Puglia. Prima di aprire il suo laboratorio si era formato nelle grandi botteghe della città: Sant'Ambroeus, Besana. Un curriculum che oggi definiremmo eccellente; allora si chiamava semplicemente gavetta. Il 1° maggio 1961 inaugurò la sua pasticceria in piazzale di Porta Lodovica: quattro vetrine, un piazzale. La prima torta importante arrivò nel maggio del 1963, quando il Milan di Nereo Rocco gli commissionò il dolce per celebrare la prima Coppa dei Campioni conquistata a Wembley.

Poi la storia ha fatto il suo lavoro. Il figlio Domenico, prima di prendere le redini del locale, completò la propria formazione tra Maxim's a Parigi e Cipriani a Venezia, tra il 1968 e il 1969. Nel 1971 Jannacci lo portò a "Spazio Libero" su Rai Due a raccontare i suoi panini. Perché da Gattullo il confine tra dolce e salato, tra artigianato e spettacolo, non è mai stato troppo netto. Tra gli aneddoti più celebri resta quello di Cochi e Renato che, ancora sconosciuti, entrarono in cassa in costume, pinne e maschera chiedendo indicazioni per il mare, scatenando l'ilarità generale. Se oggi esistesse uno sketch del genere lo chiameremmo performance art. Allora lo chiamavano martedì sera a Milano.

Il passaggio

Oggi Beppe Viola non c'è più. Jannacci neanche. Il Derby Club ha chiuso nel 1986. Ma il Gattullificio è ancora lì, in piazzale di Porta Lodovica, con le sue quattro vetrine e la memoria di una Milano che sapeva essere colta e popolare, elegante e ironica, sofisticata e profondamente umana. Alcune

istituzioni sopravvivono ai geni che le abitano. Vale per le città. Vale per le pasticcerie.

Quote

Arrivare a ben 65 anni di attività, portando avanti il lavoro di mio nonno e di mio padre, è un risultato che mi riempie di orgoglio. Gattullo è un luogo storico profondamente legato alla vita e al territorio milanese e credo che riuscire a mantenere viva la propria identità in così tanto tempo non sia da tutti.

Giuseppe Gattullo, terza generazione

In una precedente intervista al *Corriere della Sera*, lo stesso Giuseppe aveva aggiunto: «I tempi sono cambiati. Non sono più gli anni Settanta e Ottanta e i marchi storici come i nostri devono avere una spinta, qualcuno che creda in loro e investa. Altrimenti le attività di famiglia come la nostra sono destinate a morire». Raro, nella categoria, ascoltare una simile franchezza.

I titolari delle pasticcerie storiche parlano spesso di tradizione, molto meno di successione. L'acquirente è Vincenzo Dascanio, imprenditore pugliese che negli ultimi anni ha costruito un gruppo attivo tra ospitalità, ristorazione, eventi e food design. I VD Café sono presenti a Cernobbio, Portofino, St. Moritz, Taormina e Noto (leggi qui). Sul Lago di Como il gruppo gestisce anche Terrazza Olmo, una delle aperture più osservate dell'ultimo anno nel segmento dell'hospitality di alta gamma. Oggi l'organizzazione conta circa cento professionisti. Una dimensione che consente di investire senza perdere il contatto con i luoghi che si acquistano.

C'è poi un dettaglio che rende questa operazione meno casuale di quanto sembri. Dascanio è di Barletta. Gattullo era di Ruvo di Puglia. Entrambe cresciute all'ombra del Castel del Monte. Due pugliesi arrivati a Milano in epoche diverse che si incontrano attorno a una pasticceria. In questo caso, almeno, il passaggio di mano non sembra una coincidenza.

La corsa al panettone

Gattullo non è però un caso isolato. È l'ultimo capitolo di una tendenza che dura da oltre un decennio e racconta qualcosa di preciso sull'economia simbolica di Milano: le pasticcerie storiche sono diventate asset strategici.

Il primo colpo lo sparò LVMH nel 2013 acquisendo Cova. Fondata nel 1817 accanto alla Scala e trasferita nel 1950 in via Montenapoleone, la storica insegna milanese rappresentava un'occasione

irripetibile per chi voleva associare il proprio marchio a una delle icone cittadine più riconoscibili. Il prezzo dell'operazione fu stimato in circa 33 milioni di euro. Un anno dopo arrivò Prada con Marchesi. Fondata nel 1824 in via Santa Maria alla Porta, la pasticceria custodiva ancora gli arredi storici e l'atmosfera della Milano di inizio Novecento. Anche in questo caso il valore dell'operazione, stimato intorno agli 8 milioni di euro, lasciava intuire che l'interesse andasse ben oltre il semplice business della pasticceria. La logica era chiara: trasformare un marchio locale in un simbolo globale. Non a caso Marchesi ha poi aperto nuove sedi in Galleria Vittorio Emanuele, in via Montenapoleone e a Londra, nel quartiere di Mayfair.

I bilanci, però, raccontano sempre una storia più complessa delle strategie. L'ultimo disponibile, relativo al 2024, evidenzia per Marchesi 1824 una perdita superiore a 4,4 milioni di euro nonostante ricavi prossimi ai 29 milioni. Prada è intervenuta rinunciando a finanziamenti per oltre 8 milioni e destinandoli alla copertura delle perdite accumulate negli anni precedenti. Come dire: la notorietà può essere replicata, l'identità molto meno.

Ed è forse qui che l'operazione Dascanio appare diversa. Non c'è una rete internazionale da costruire né una strategia di espansione globale da raccontare agli investitori. C'è un imprenditore che opera già nel fuori casa di qualità e che ha riconosciuto in Gattullo un patrimonio da preservare prima ancora che da sviluppare.

In fondo la domanda resta la stessa: chi compra i cornetti di una città? Se compra soltanto un marchio, il rischio è che restino le insegne e scompaia il resto. Se compra una storia per continuare a raccontarla, allora il Gattullificio può sopravvivere ai suoi protagonisti. Come ha già fatto per sessantacinque anni.