

Il pane della Domenica

Piace a tutti, turisti e altamurani. Così il "Panificio del Lago", grazie all'intraprendenza del titolare Franco D'Asia e di sua moglie Rachele, e al trasferimento nel '98 su via Matera, è diventato uno dei più noti della "Città del Pane"

di Rosamaria Popolizio

In una città caratteristica come Altamura, ogni quartiere ha la sua storia, ogni rione i suoi punti di riferimento, persino un angolo di strada vanta un pezzo di unicità che lo contraddistingue. Oltre venticinque anni fa, Franco D'Asia scelse per denominare il suo esercizio quel curioso "Panificio del Lago", giusto per renderne subito l'ubicazione ai residenti della zona e poi al resto degli altamurani. Tempi andati: il panificio dei D'Asia ha traslocato da parecchio e non è più alla "vi du lè" (la "via del lago", era nota così via Pietro Colletta), mentre la sede di via Matera è ben nota a clienti che qui giungono addirittura dopo aver percorso centinaia di chilometri, in particolare alla domenica. Com'è stato possibile? Ecco una storia di quelle tipiche dell'intraprendenza murgiana, uno spunto per quest'estate che ancora una volta avanza, registrando purtroppo arrivi (di turisti) molto più esigui di



Franco D'Asia con i suoi due figli Giuseppe e Gaetano nel loro ufficio

quanto dovremmo aspettarci. Cominciamo dall'inizio, per capire come ha fatto un piccolo panificio di periferia a trasformarsi in uno dei più conosciuti della "Città del Pane". Franco D'Asia se li ricorda i primi tempi, vero?

«Sì, è stato arduo, come penso accada a tutti coloro che aprono un'attività. L'idea è stata concretizzata nel 1985, ma il pensiero mi solleticava già da tempo. In precedenza, avevo lavorato dalla metà degli anni 70 con un mio cugino nella vendita, o meglio rivendita, del pane di Altamura, in tutto il nord barese. Già qualche idea ce l'avevo allora e dopo aver lavorato presso panificatori altamurani e di Matera, una volta raccolte le forze sufficienti per mettermi in proprio, non ho esitato un solo istante e mi sono fondato a capofitto nella mia impresa. Avevo preso in affitto dei locali in via Pietro Colletta. Con me c'erano solo quattro dipendenti, in quegli anni era una zona in piena periferia, lì passavano pecore e mucche! Si rischiava che dall'altra parte della città nessuno sapesse della tua esistenza! Per farmi un nome, non c'era cosa migliore che affidarsi ad un soprannome. Via Pietro Colletta è sempre stata nota come "la via del lago" e così chiamai il mio panificio». La sede attuale del panificio non è più sulla "via del lago". Quando e come è cambiata la situazione?

«Nel 1998 gli affari andavano bene e così decisi di passare dai locali presi in affitto a locali di proprietà. Ci siamo trasferiti in via Matera. È stato un cambiamento decisivo. Ma

scelte fondamentali le avevo fatte pure prima, alla vecchia sede. Prima di me nessuno aveva mai sfornato la focaccia anche a mezzogiorno, e nell'impasto ho aggiunto agli ingredienti le patate, per renderla più morbida e per far sì che la si potesse conservare più a lungo. Poi la carta vincente fu lo sconto del 20% sul prezzo del pane per i pensionati. La cosa divertente è che molti vecchietti magari non se lo mangiavano nemmeno, però presentavano la tessera e prendevano quattro/cinque chili di pane, per poi elargirlo ai figli e parenti. Pur di risparmiare! Adesso ci rido, però a quel tempo pesava un po' dover far finta di niente. Dopotutto il cliente ha sempre ragione».

Torniamo al trasferimento qui in via Matera...

«I locali sono più grandi, da quattro che erano, i dipendenti passeranno a quindici, e la clientela è notevolmente aumentata da subito. Non parlo solo delle persone che abitano nei pressi del panificio. Via Matera è la strada che collega la Basilicata con Bari e il nord barese e quindi è normale che a far crescere così tanto la clientela siano stati anche e soprattutto i forestieri. Era talmente alta la richiesta che dopo le prime settimane decidemmo di fare orario continuato. Si stabilirono i turni tra i dipendenti e per l'ora di pranzo il nostro panificio garantiva un servizio che più d'uno ha molto gradito».

Quindi, locali di proprietà più grandi, orario continuato, clientela in aumento esponenziale. E numeri da vera e propria azienda.

«Come ho già detto prima, il cliente ha sempre ragione e se ha gradito il nostro servizio, noi vogliamo offrirne uno sempre migliore. Come è successo per l'apertura domenicale dell'esercizio, quando il lavoro e la produzione sono ancora aumentati. L'incremento sul fatturato annuo è arrivato al 25% ed è stato necessario migliorare la gestione, con nuovi turni di lavoro ammortizzati dall'assunzione di personale competente nei relativi settori».



Franco D'Asia al bancone del suo panificio negli anni 80

scelte fondamentali le avevo fatte pure prima, alla vecchia sede. Prima di me nessuno aveva mai sfornato la focaccia anche a mezzogiorno, e nell'impasto ho aggiunto agli ingredienti le patate, per renderla più morbida e per far sì che la si potesse conservare più a lungo. Poi la carta vincente fu lo sconto del 20% sul prezzo del pane per i pensionati. La cosa divertente è che molti vecchietti magari non se lo mangiavano nemmeno, però presentavano la tessera e prendevano quattro/cinque chili di pane, per poi elargirlo ai figli e parenti. Pur di risparmiare! Adesso ci rido, però a quel tempo pesava un po' dover far finta di niente. Dopotutto il cliente ha sempre ragione».

Torniamo al trasferimento qui in via Matera...

«I locali sono più grandi, da quattro che erano, i dipendenti passeranno a quindici, e la clientela è notevolmente aumentata da subito. Non parlo solo delle persone che abitano nei pressi del panificio. Via Matera è la strada che collega la Basilicata con Bari e il nord barese e quindi è normale che a far crescere così tanto la clientela siano stati anche e soprattutto i forestieri. Era talmente alta la richiesta che dopo le prime settimane decidemmo di fare orario continuato. Si stabilirono i turni tra i dipendenti e per l'ora di pranzo il nostro panificio garantiva un servizio che più d'uno ha molto gradito».

Quindi, locali di proprietà più grandi, orario continuato, clientela in aumento esponenziale. E numeri da vera e propria azienda.

«Come ho già detto prima, il cliente ha sempre ragione e se ha gradito il nostro servizio, noi vogliamo offrirne uno sempre migliore. Come è successo per l'apertura domenicale dell'esercizio, quando il lavoro e la produzione sono ancora aumentati. L'incremento sul fatturato annuo è arrivato al 25% ed è stato necessario migliorare la gestione, con nuovi turni di lavoro ammortizzati dall'assunzione di personale competente nei relativi settori».



L'interno del panificio di via Matera con le sue specialità in bella mostra

Quando ha deciso di aprire anche di domenica?

«Quando mi è stato possibile! Molto spesso capitava, durante le ore di pulizia appunto alla domenica, che qualcuno chiedesse di poter acquistare dei prodotti, e il più delle volte si trattava di gente proveniente da fuori. Una richiesta che potevo soddisfare a metà, perché i prodotti erano quelli del sabato trascorso, allora mi sembrava di seminare un seme vuoto, che non dava frutto. Grazie all'intercessione di Nicola Capparo della Confesercenti, ho avuto l'autorizzazione del Comune per l'apertura domenicale nel periodo estivo, che in seguito è stata estesa al resto dell'anno. Ed eccomi qui, passati due anni da quando abbiamo deciso di rimanere aperti di domenica, come tutti gli altri giorni della settimana. Con i miei ragazzi porto avanti un'attività che, posso ben dire, non riposa mai. Produco circa otto quintali di pane ogni giorno, dei quali solo una piccola percentuale viene esportata, il resto lo vendiamo al dettaglio. Sono dell'idea che non deve essere Altamura ad andare fuori delle sue "mura" per farsi conoscere. Altamura è famosa in tutto il mondo, devono essere gli altri a venire qui da noi».

Il pane è un motivo in più per visitare la nostra città e portar via un profumato e genuino souvenir. Ma cosa si potrebbe fare per rendere Altamura più attraente?

«Il vero problema di questa città, questa bella città, è che non viene valorizzata come si dovrebbe. È ricca di storia, piena di monumenti e i suoi prodotti

piacciono molto, soprattutto fuori. E allora perché non fornire maggiori servizi a coloro che arrivano qui? Perché un turista non trova negozi aperti di domenica, non trova bagni pubblici funzionanti, non sa nemmeno dove fermarsi per il pranzo? Dobbiamo continuare ad essere solo una tappa secondaria nel famoso e collaudato itinerario dei Sassi di Matera?

E allora?

«Lo ripeto: "Abbiamo tanta ricchezza e non sappiamo sfruttarla". Non sappiamo gestirla, noi che non siamo stati ancora in grado di dare concretezza al marchio D.O.P. per un prodotto che merita davvero. Rischiamo di farci derubare da una multinazionale che del pane non conosce neanche gli ingredienti! Dovremmo fare di Altamura un centro commerciale, un sistema di aziende e servizi, che cooperando tra loro possano offrire il meglio al visitatore, per attirare in questo modo sempre di più».

Sono messaggi chiari quelli di D'Asia. Il proposito per il futuro è valorizzare. Valorizzare questo prodotto genuino, il pane, che grazie ad un "solo" Panificio del Lago ha attirato con la "semplice" apertura domenicale clienti addirittura provenienti da Napoli e dintorni, o ancora da tutto il Salento. Valorizzare la nostra terra dalle potenzialità straordinarie, perché finora s'è fatto appena il minimo indispensabile.