

In evidenza Turismo

# I sapori di Montalbano Elicona in una storica “putia” a Milazzo

di: Marco Miuccio

6 novembre 2021



Nei ricordi di tanti restano indelebili i gesti, i colori, i profumi e i sapori di quei luoghi che erano molto diffusi in Sicilia e conosciuti col nome di **putie**. In ogni paesino ve ne era almeno una. Un luogo indispensabile per le famiglie, magico per i bambini, redditizio per chi ne gestiva l'attività. Le signore del paese non avevano altri punti di approvvigionamento di generi alimentari, in un'epoca romantica dove il superfluo non si conosceva e il necessario era rappresentato dalla semplicità di ciò che veniva acquistato. I bambini attendevano con ansia il momento in cui, con uno sguardo o con un sorriso, avrebbero ricevuto il permesso di poter chiedere la dolcissima caramella a carruba, successivamente sostituita dal rito della moneta nel distributore a palla di vetro pieno di durissime spacca-mascelle, fino alle gomme da masticare frizzanti alla fragola... Erano le coloratissime *Frizzy Pazzo*. E mentre i bambini resistevano alla tentazione di fare un tuffo nei giganteschi sacchi dei legumi, il proprietario, che anche era salumiere, banconista, addetto allo scarico, magazziniere, cassiere, attraverso una di quelle terribili tende di plastica, che si avvinghiavano come spire un'anaconda, entrava e usciva dal retro bottega, dove quasi sempre abitava con la famiglia.

Grazie a quest'ultima caratteristica, non esisteva giorno di chiusura, orario, festività, che impedissero di reperire qualsivoglia bene di prima necessità, ritrovandosi spesso a interrompere il pranzo o la cena, con il proprietario che si alzava da tavola e, con il boccone ancora in bocca, esordiva con un quanto mai gentile: *“Pregooo... chi abbisògna!?”*. I prodotti del banco erano spesso privi di ogni tipo di tracciabilità, tanto meno di etichettatura. Questa carenza denunciava un inestimabile rapporto diretto tra produttore e distributore finale, azzerando la filiera commerciale. L'unico prodotto non autoctono al banco era quasi sempre rappresentato dalle sarde sotto sale, quasi sempre di Sciacca, nelle splendide latte decorate, conservazioni ittiche che soddisfavano da sole il fabbisogno di Omega3 della comunità. A un'analisi più matura, ciò era garanzia di qualità, di gusto, di genuinità, ma soprattutto di equa retribuzione per il produttore.

Il diffondersi dei primi mini-market destabilizzò alcune di queste piccole realtà commerciali. L'avvento dei supermercati ne sancì la definitiva condanna all'estinzione. Il crescere della richiesta determinò un aumento dell'offerta che fu direttamente proporzionale alla crescita dei prefissi che venivano anteposti alla parola “mercato”. E si passa da un già pretenzioso “Super” a un presuntuoso “Iper”, fino a un quanto mai “Mega” decisamente “...lomane”, che fu solo il preludio di quei centri commerciali, veri e propri quartieri economici che hanno distrutto le fragili realtà provinciali.

E senza andare a scomodare il web, dove oggi è possibile acquistare di tutto, trovando addirittura, per i più nostalgici della spesa classica, anche la familiare icona del carrello, vogliamo segnalare la presenza di alcune cellule di resistenza, luoghi che hanno saputo rinnovarsi per sopravvivere, pur mantenendo la loro connotazione *Local*.



Tra tutte quelle incontrate nel nostro cammino abbiamo scelto di parlarvi della **Bottega di Antonella Puglisi a Milazzo**. Situata davanti agli attracchi dei pontili galleggianti "S.Maria Maggiore", nel borgo marinaro di Vaccarella, è gestita dalla titolare e dal marito, **Pippo Lo Presti**, entrambi originari di **Montalbano Elicona**, paesino nebroideo affacciato sulle Isole Eolie ed eletto pochi anni fa uno più bei borghi d'Italia. Questa piccola realtà commerciale rappresenta a pieno la capacità di reinventarsi per riuscire a galleggiare nel mare mosso del commercio *de visu*, oggi sostituito da una versione fredda e più redditizia CAD (Commercio a distanza).

I gestori hanno saputo sfruttare la loro posizione, puntando a una disponibilità di prodotti di qualità, inserendosi in un mercato che vede il singolo acquirente affiancato dalla società armatrice di barche da charter che approvvigionano la cambusa per i loro facoltosi ospiti.

Chi conosce il vero significato della parola lusso, sa che quest'ultimo non è rappresentato dalla "possibilità di acquisto", ma dalla "disponibilità di fruizione" di prodotti/servizi che sono più unici che rari.

Ed è così che Pippo, ogni sabato mattina, parte molto presto verso le "malghe" nebroidee, dove recupera le provole che vengono prodotte da allevatori che si trasformano in casari, custodi di gesti e segreti antichi.



Tra questi, spicca direttamente all'olfatto, la presenza appesa della **provola sfoglia**, formaggio a pasta filata che in Sicilia subisce un processo di stagionatura. Nella sua versione fresca, con asciugatura di meno di 30 giorni, risulta dolce e mantiene forti i toni erbacei del latte, con una consistenza morbida e un colore bianco avorio. In quella semi stagionata, tra i 30 e i 90 giorni, presenta un principio di *occhiellatura* e un aumento della sapidità, con un rilascio di una parte dei grassi al morso. Gli intenditori la "spaccano" al raggiungimento di un tempo minimo di stagionatura di 6 mesi, consumando a ottobre quella fatta tra i mesi aprile e maggio; il tempo trascorso fa virare bruscamente il gusto verso una piccantezza naturale, data dalla creazione di vere e proprie fenditure attraverso le quali il formaggio trasuda.

La passione per il cibo genuino rende Pippo un vero e proprio "garante della qualità" di ogni prodotto che propone nel suo negozio. Nella stagione estiva, durante la quale viene garantito un ulteriore incremento della qualità e della quantità di prodotti d'eccellenza, visto l'arrivo delle barche al porticciolo, troviamo una grande selezione di cantine siciliane, ma anche di spumanti.



Un insieme di scelte di marketing e strategie aziendali che non è prerogativa solo delle grandi aziende, ma che devono essere applicate anche alle piccole realtà, che rispetto alle prime hanno il grande vantaggio di conservare l'elemento del contatto diretto. Sostenere queste piccole realtà, acquistando i prodotti locali, significa contribuire a far sì che non si compia il triste processo di globalizzazione commerciale che è iniziato da tempo, ma che non è stato ancora capace di cancellare del tutto i ricordi di certi sapori che hanno caratterizzato la nostra infanzia.



Montalbano Elicona

Il rapporto umano è il valore aggiunto che non potremo mai trovare all'interno di un portale di E-commerce, di una grande società di distribuzione, tipologie di aziende hanno sostituito i numeri e i click ai più romantici e confortanti sorrisi di chi, speriamo vivamente, continuerà a farci tornare bambini, senza mai smettere di regalarci una caramella a carruba.

**Alimentari – Salumeria – Prodotti tipici di Montalbano Elicona  
di Puglisi Antonella**

Via Marina Garibaldi, 179

98057 Milazzo (Me)

tel. 0909249016

Google Map: [www.google.com/maps/place/Alimentari+Salumeria+Puglisi](http://www.google.com/maps/place/Alimentari+Salumeria+Puglisi)

Articoli esterni: [La Repubblica -Palermo, Montalbano Elicona...](#)



Montalbano Elicona (Borgo dei Borghi 2016). Foto su gentile concessione di Alessandro Grussu (Flickr)