

CHE SIA AL RISTORANTE, IN HOTEL O AL BAR, IL PANE NON È PIÙ PERCEPITO COME SEMPLICE COMPLEMENTO, MA DIVENTA PARTE INTEGRANTE E QUALIFICANTE DELL'OFFERTA. QUALITÀ, VARIETÀ E SERVIZIO SONO LE PAROLE CHIAVE



## DA COMMODITY A SPECIALITÀ

di Marianna Notti

**N**ella classifica dei need dell'operatore del fuori casa troviamo, a pari merito, il contenuto di servizio e il gusto. I player del pane industriale, siano essi del comparto frozen o di quello ambient, fanno a gara per soddisfare al meglio queste due esigenze.

Si moltiplicano prodotti percepiti come artigianali, altamente digeribili, che siano ricchi di fibre (integrali, semintegrali, multicereali, con semi...) e a base di farine macinate a pietra, da grani antichi, in alcuni casi bio, unite a ingredienti premium. Non solo, oggi più che mai il consumatore ricerca rassicurazione e vuole conoscere l'origine degli alimenti.

### SURGELATO, UN BUSINESS IN CRESCITA

In epoca pre-Covid il mercato italiano del pane surgelato si presentava in crescita, in virtù del trend positivo dei consumi fuori casa, e con potenzialità importanti, date da una quota ancora relativamente contenuta se confrontata con altri paesi europei. Secondo dati Trade Lab relativi al 2018 il comparto sviluppa circa 80 miliardi di sell out. Un business che durante la pandemia ha subito una battuta d'arresto, ma che è trainato dall'ottimismo generalizzato dei player, che auspicano una ripresa in tempi rapidi. D'altra parte i vantaggi del prodotto surgelato sono molteplici: varietà, qualità costante e zero sprechi. A questo si aggiunga che il pane surgelato è



88 FOOD-SERVICE SETTEMBRE 2020

**I PLAYER DEL PANE  
FROZEN OFFRONO  
UNA GRANDE VARIETÀ  
DI PRODOTTI PER  
DIVERSIFICARE L'OFFERTA**

generalmente senza conservanti,  
consente una facile gestione di  
scorte e approvvigionamenti, una  
razionalizzazione degli spazi e facilita il  
lavoro dell'operatore.

**I trend**

- NEL SENZA GLUTINE LA **monoporzione è vincente**
- NEL SEGMENTO PANINI PREVALE IL PRODOTTO **precotto e pretagliato**
- Versatilità e semplicità**  
D'USO PER I PRODOTTI AMBIENT
- AUTENTICITÀ E SALUTE: SI A PANI RUSTICI, INTEGRALI, **ricchi di fibre**

SETTEMBRE 2020 FOOD SERVICE 89

D+F

## Alla ricerca della particolarità

L'azienda, che fa capo al gruppo Unigrà, ed è presente sul mercato con il brand Casa Gianni, propone per il foodservice un'offerta dedicata che abbraccia una varietà di formati e ricette. «Ci rivolgiamo prevalentemente al mondo della ristorazione commerciale, collettiva e catering – dice **Carloalberto Ghioldi, Frozen BU Director & National Coordinator Bakery Division** – e proponiamo referenze anche molto particolari, che spesso il panificio classico non ha convenienza a produrre. Abbiamo pani di piccolo formato per il consumo on the go, bocconcini da catering, prodotti per panini e due pagnotte pugliesi realizzate con lievito madre e grano arso, una specialità davvero esclusiva. Proponiamo cartoni misti e completiamo l'offerta con una proposta di pane cotto confezionato pronto consumo. Puntiamo sulla sicurezza e salubrità dei prodotti, oltre che sulla praticità. Abbiamo un

Segue da pag. 89

con scontistiche particolari e dilazioni di pagamento. Negli ultimi mesi stiamo riscontrando segnali incoraggianti dal canale, che presidiamo con formati dedicati e contenuto di servizio.

Il nostro pane per tramezzini, per esempio, ha una fetta lunga che consente di porzionarlo o arrotolarlo, personalizzando le preparazioni. I pani per toast o bruschetta hanno formati maxi che si prestano anch'essi a essere tagliati in pezzature più piccole. **Una lavorazione rapida e semplice è fondamentale**; per il pane da tramezzino l'arrotolabilità, per toast e bruschette una tostatura veloce che lasci al contempo il pane morbido. La nostra ricerca e sviluppo lavora proprio nella direzione di sviluppare formulazioni dedicate al fuori casa con prestazioni ad hoc».



D+F

<b>Marchi del fuori casa</b>	Casa Gianni
<b>Prodotto</b>	<b>Pagnotta pugliese al grano arso e lievito madre</b>
<b>Descrizione</b>	Pane dalla crosta croccante e dalla mollica soffice, a base di farina di grano arso, specialità tipica pugliese ottenuta dalla macinazione del grano tostato, apprezzata da chi cerca sapori decisi e da chi segue un regime alimentare sano.
<b>Formato</b>	1150 g e 500 g

catalogo ricco di suggerimenti e ricette, come le **farfure gourmet di Daniele Reponi, "artista del panino"**, che sarà coinvolto come docente anche nei corsi della scuola di alta formazione Area Unica».

## ALIMENTO RISCOPERTO

Il pane non è più percepito come una commodity, ma come un prodotto in grado di dare valore all'offerta, sia essa del bar, del ristorante o dell'hotel.

**Riscoperto e rivalutato in cucina, in particolare nel mondo della ristorazione di fascia alta**, è sempre più valorizzato, che sia trasformato in panino d'autore, o servito in tavola come accompagnamento. «La pagnotta conviviale sta scalzando il cestino del pane» afferma **Tiziano Rimoldi, Sales Manager di Ireks Italia**. L'azienda ha fatto recentemente il suo ingresso nel canale foodservice e sta lavorando a una linea dedicata, in lancio all'inizio del 2021. Oggi propone per questo settore Tasty Bücheron: «Si tratta di una pagnotta rustica, ricca di fibre, da far rinvenire in forno in pochi minuti, a base di uno

Segue a pag. 96