

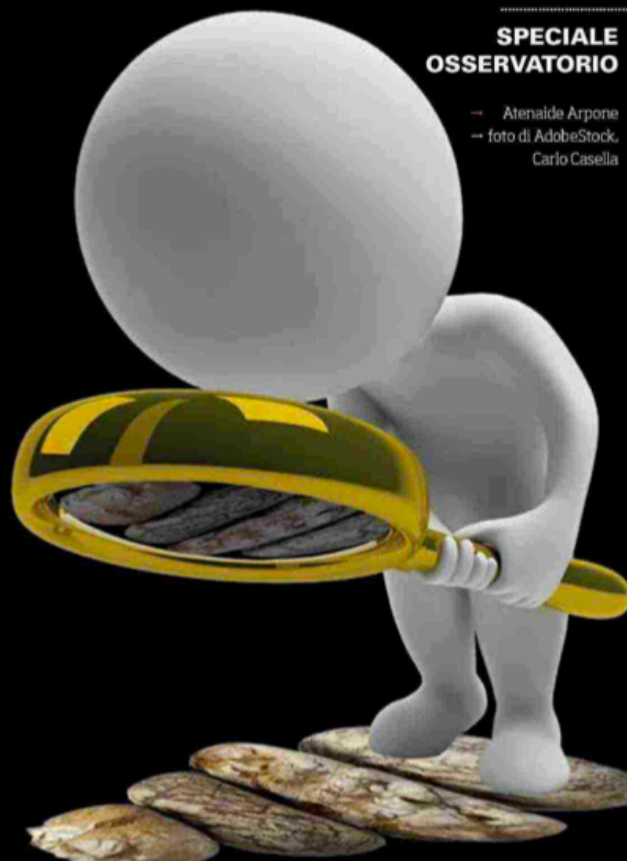
IL PANE VIVE UN MOMENTO STIMOLANTE CHE LA PANDEMIA HA COMPLICATO, MA - PER FORTUNA - NON ARRESTATO. PER QUESTO LA NOSTRA REDAZIONE HA PENSATO DI CRARE UN OSSERVATORIO DELLA PANIFICAZIONE ARTIGIANALE, CHE MANCAVA NEL SETTORE.



# Nasce il primo **Osservatorio** sulla panificazione artigianale

Molto spesso mi è capitato di ricevere telefonate di giornalisti o addetti ai lavori che mi chiedevano dati di mercato sulla panificazione. Sono sempre stata costretta a rispondere a spanne, perché le ricerche pubbliche sono quasi sempre o datate, o omnicomprensive, cioè includono anche la panificazione industriale, oppure al contrario troppo verticali, che riguardano cioè la vendita di qualche prodotto in particolare: un esempio (virtuoso) su tutti: il panettone. Si tratta di ricerche per la quasi totalità finanziate da aziende e, quindi, di loro proprietà. Da osservatrice privilegiata dell'arte bianca ho sentito quindi la necessità di realizzare uno strumento che consentisse di analizzare il mercato attraverso le opinioni dirette degli operatori del settore, siano essi fornitori o artigiani. In questo numero, per esempio, abbiamo intervistato una selezione di aziende che ci hanno fornito le loro impressioni sul mercato, frutto di un'osservazione altrettanto privilegiata: il contatto diretto con gli artigiani. Nel prossimo numero intervisteremo invece gli artigiani, i fornai, almeno quelli che vengono considerati gli opinion leader del nostro settore. Ma non ci siamo fermati a questo: abbiamo infatti deciso di dare voce a tutti i panificatori che desiderano contribuire alla lettura del mondo dell'arte bianca. Nei mesi scorsi abbiamo lanciato un sondaggio online che ha avuto un ottimo riscontro e i cui risultati verranno annunciati a Milano, l'8 di novembre, in occasione del Bakery 3.0.

Un evento che ormai conoscete bene e di cui trovate qualche anticipazione sparsa qua e là in questo articolo, ma di cui potrete leggere un ampio reportage sul prossimo numero. L'intenzione è quella di aggiornare questo "osservatorio" costantemente per avere un punto di vista reale e veritiero sul nostro settore. Ah... il sondaggio è anonimo per garantire la privacy delle informazioni richieste. Se volete partecipare alle prossime edizioni, stay tuned, restate in contatto. Intanto leggete con attenzione le opinioni delle aziende: quasi tutte si stanno attivando per dare un supporto concreto a chi è in difficoltà, ma anche a chi ha voglia di ripartire alla grande! •



**SPECIALE  
OSSERVATORIO**

— Atenaide Arpone  
— foto di AdobeStock,  
Carlo Casella



## LA PAROLA ALLE AZIENDE



**LETIZIA BENINI, Marketing Manager Unigrà srl**

«L'anno in corso è iniziato con una significativa crescita (a doppia cifra) delle vendite, frutto probabilmente anche "dell'effetto Sigep". I mesi di marzo e aprile hanno poi visto un calo estremamente rilevante delle vendite; il fatto quindi che le panetterie abbiano proseguito la loro attività durante il lockdown non ha evitato

una battuta d'arresto. In fase di riapertura, da maggio in poi, la curva dei volumi di vendita ha cominciato nuovamente a salire, con un trend positivo nei mesi estivi fino ad un pressoché totale riallineamento ai livelli pre-covid. Permangono a livelli più bassi, rispetto a inizio 2020, le vendite nelle grandi città d'arte (come Venezia, Firenze e Roma), che faticano a riprendersi causa la mancanza di turisti stranieri».



**MARIO SOLINAS, Marketing Manager Unigrà srl**

«In questo momento complicato, sicuramente l'iniziativa più importante che Unigrà lancia, in particolare con i suoi marchi Master Martini e GLF, per il settore dell'artigianato è l'avvio di Unica, la sua Food Innovation School. Chiaramente la partenza in un periodo così di incertezza non era scontata ma abbiamo

voluto buttare il cuore oltre l'ostacolo in modo da dare al mercato un segnale forte di positività e speranza per il futuro. La formazione rimane sicuramente una delle chiavi per la ripartenza e la crescita del nostro settore, per questo Unica parte. Unica è rivolta ai professionisti pasticceri, panificatori, cioccolatieri e gelatieri con corsi sia strettamente tecnici, articolati in più livelli - dai più semplici ai più complessi, sia con corsi più gestionali (dalla gestione economica a quella del personale, sino ad arrivare alla comunicazione sia nel punto vendita, sia fuori dal punto vendita e sui social)».

[www.unigra.it](http://www.unigra.it)