

INCHIESTA / REPORT

# La grana dei buoni pasto: verso

TENDENZE  
TRENDS

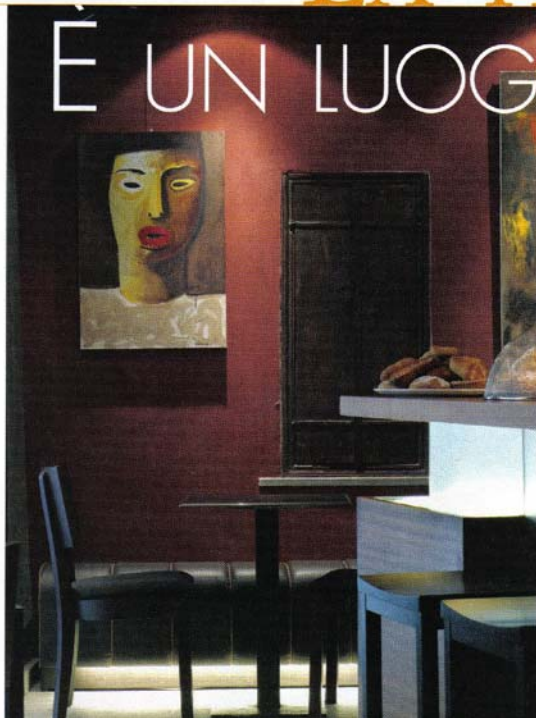
OPEN FOR BREAKFAST,  
BRUNCH, HAPPY HOUR,  
QUICK LUNCHES AND DINNER  
AND UNTIL DEEP INTO THE  
NIGHT. BAKERIES ARE  
CHANGING FROM SHOPS  
INTO CHAMELEON-LIKE MULTI-  
FUNCTIONAL LOCALES



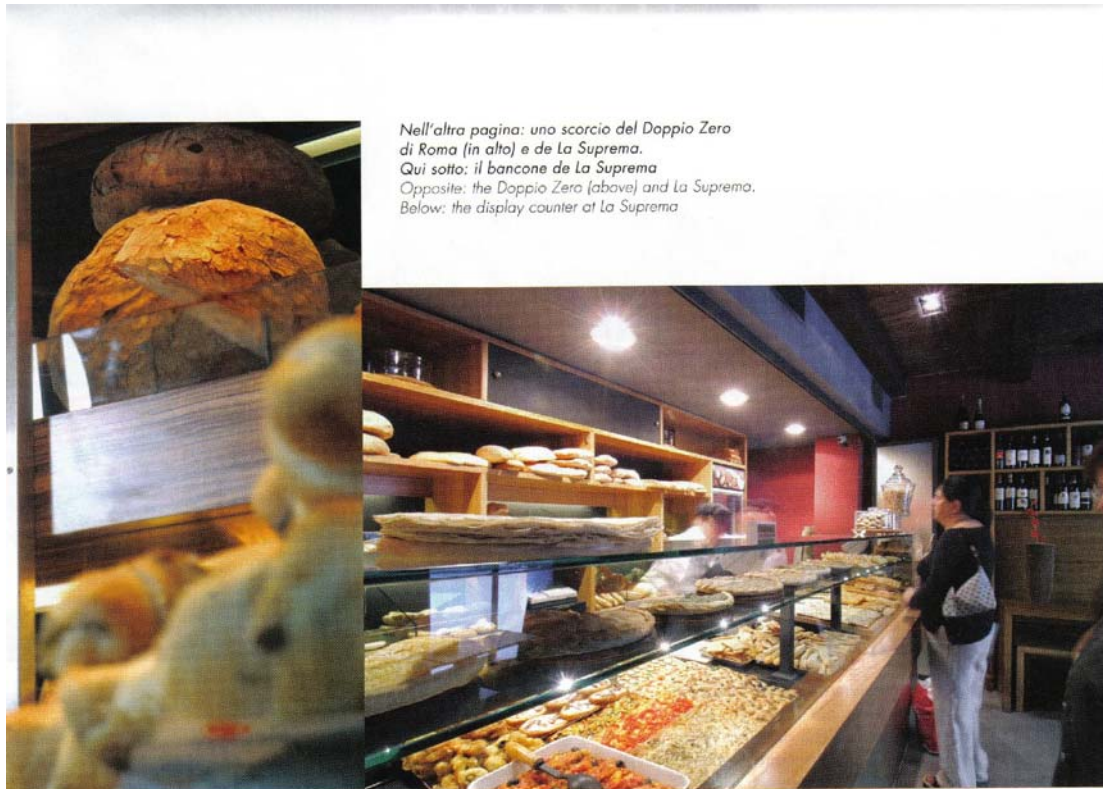
## BAKERIES ARE BECOMING THE NEW PLACE TO MEET LA PANETTERIA?

### È UN LUOGO DI RITROVO

APERTA FINO A NOTTE FONDA,  
PER COLAZIONI, BRUNCH,  
APERITIVI, PRANZI VELOCI,  
CENE. COSÌ CAMBIA LA  
PANETTERIA, DA NEGOZIO A  
LOCALE MULTIFUNZIONE



**L**a Spezia: un forno-caffetteria si trasforma dal primo pomeriggio in sala da tè, ristorante, music bar. Roma: l'unico (per ora) punto vendita italiano della catena belga **Le Pain Quotidien** unisce all'offerta di una classica panetteria, sandwich, tartine, insalate, caffetteria, per un totale di 130 coperti interni. Firenze: una panetteria-pasticceria che si definisce "fabbrica del pane" è diventata in breve la meta preferita non solo dei fan dei cereali ma anche dei nottambuli alla ricerca di sapori naturali. Sono solo alcuni dei nuovi volti della panetteria. Che, liberatasi degli abiti più conformisti della tradizione, assume sempre più



*Nell'altra pagina: uno scorcio del Doppio Zero di Roma (in alto) e de La Suprema. Qui sotto: il bancone de La Suprema. Opposite: the Doppio Zero (above) and La Suprema. Below: the display counter at La Suprema*

no e della notte. "La panetteria come luogo di ritrovo e punto d'incontro è un format che sta prendendo sempre più piede – dicono in **Costa Group**, l'azienda specializzata nell'arredamento e progettazione di locali pubblici su misura – È un concept che consente al gestore di rendere il locale produttivo durante tutta la giornata e dà la possibilità alla clientela di consumare sul posto i prodotti del forno per un pasto o uno spuntino veloce e di qualità". La metamorfosi è senza dubbio un ingegnoso escamotage che ridà nuovo slancio alle panetterie e, a sentire gli operatori, c'è da scommettere che il trend del futuro sarà sempre più questo. "Il pane fa parte della nostra cultura e ricoprirà sempre un ruolo importante sulle nostre tavole – afferma **Alberto Costa, titolare del locale La Suprema di La Spezia** – È vero che anche le panetterie hanno risentito in parte di questo momento di crisi, tanto più che ormai tutte le catene della grande distribuzione fanno pane, ma si può riguadagnare terreno proponendo formule fuori dagli schemi. Per

“La panetteria come luogo di ritrovo e punto d'incontro è un concept che permette al gestore di rendere il locale più produttivo durante la giornata

esempio facendo del panificio un punto polivalente". "In panetteria ma anche sulle tavole dei ristoranti, l'atteggiamento del consumatore verso il pane e il vino è lo stesso: se ne mangia (e beve) meno ma di qualità – afferma **Daniela Boni, proprietaria de La Fornarina, un forno-caffetteria-pizzeria-wine bar** – Molti forni farebbero fatica a sopravvivere senza diversificare la propria offerta". A giudicare dall'espansione che i locali di questo genere stanno conoscendo in Italia e all'estero, la formula pare essere anche piuttosto redditizia. A Milano, per esempio, mentre tutti i settori denunciano preoccupanti segnali di crisi, i panificatori aprono nuovi punti vendita, espandendosi in piccole catene di bakery, spesso aperte anche 24 ore su 24. E il giro d'affari del settore registra una crescita superiore al 15 per cento.

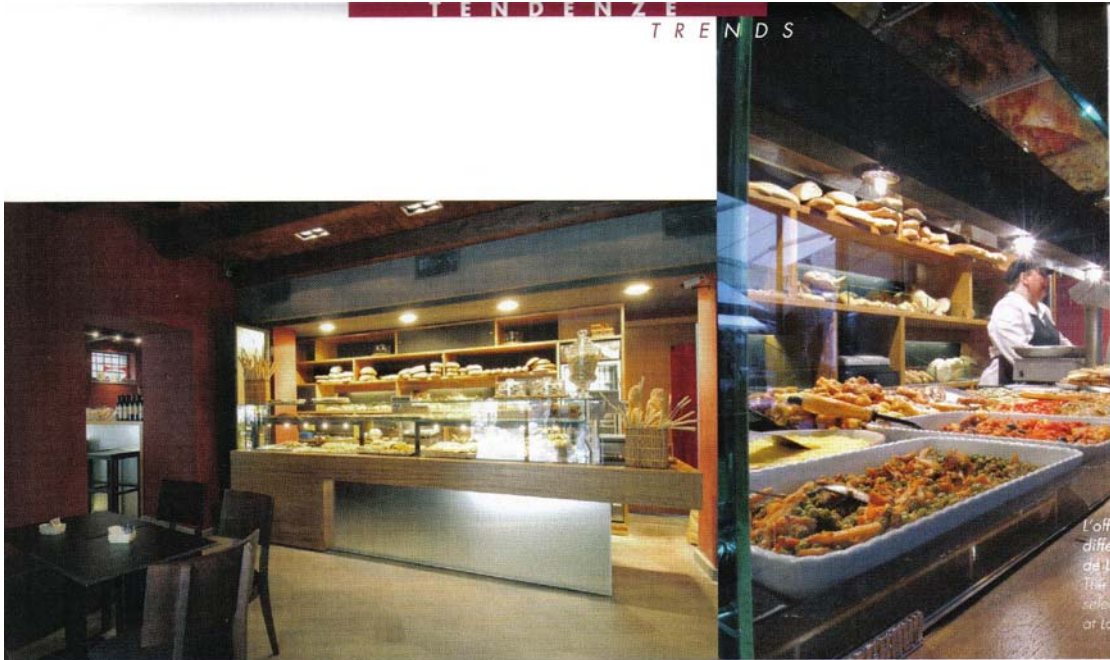
### Il consumo di pane in Italia

Ogni anno in Italia le circa **25mila panetterie artigianali** disseminate in tutta la penisola sfornano quasi **3 milioni e mezzo di tonnellate di pane**. A questo si aggiunge l'attività di circa **150 forni industriali**, per un valore complessivo stimato sui **5 miliardi di euro**. Le cifre sono rilevanti ma, rispetto a un tempo, il consumo di pane è in costante calo: **dai 250 grammi al giorno pro capite degli anni 70 ai 170-180 grammi odierni**. I motivi? Senza dubbio il richiamo di prodotti alternativi. Ma oggi questo alimento pare comunque riguadagnare terreno. Complice anche il recupero dei prodotti tipici. È di tipicità il pane ne ha da vendere. Lo testimonia anche un recente studio dell'Insr, Istituto nazionale di sociologia rurale, secondo il quale in Italia esisterebbero **oltre 250 tipologie diverse di pane**.

• **THE CONSUMPTION OF BREAD IN ITALY** Every year in Italy, the nearly **25,000 artisan bakeries** around the country bake almost **3.5 million tons of bread**. In addition, there are **150 industrial bakeries** for an estimated total value of **5 billion euros**. Nevertheless, bread consumption is dropping, from **250 g a day per capita** in the 1970's to **170-**

**A MILANO, PRINCI, L'IMPRENDITORE DEL PANE, PUNTA SUL PRANZO VELOCE**  
L'esempio più eclatante è quello di **Rocco Princi**, il panettiere calabrese che nel capoluogo lombardo in 19 anni è arrivato a contare

TENDENZE  
TRENDS



alle sue dipendenze e ha inaugurato lo scorso marzo il suo quinto punto vendita, caso più unico che raro, nella città della moda, di panetteria che sfratta un negozio di abbigliamento. Il nuovo bar-ristorante-caffetteria **Princi Bread & Breakfast**, dove commessi e panettieri vestono divise disegnate da **Armani**, porta la firma di **Claudio Silvestrin**, designer di Boffi e progettista del negozio di Armani, che, seguendo l'input di Princi, ha ideato un ambiente zen, senza separazione visiva tra area commerciale e laboratorio. Qui, infatti, l'avventore può sorseggiare un caffè e veder lievitare il pane dietro le vetrate, in una sorta di interpretazione nostrana del sushi bar, dove gli chef giapponesi preparano le pietanze al tavolo. Il locale, un'oasi golosa che punta su colazione, pranzo e aperitivo, è aperto tutti i giorni, ma da giovedì a domenica 24 ore su 24, con tre turni di commessi e panettieri, che cominciano a impastare a mezzanotte. L'ora di punta? Le cinque della mattina, quando s'incontrano quelli che rincasano e quelli che cominciano la giornata.

**BAR E PANETTERIA: DUE ATTIVITÀ  
CHE SI SORREGGONO A VICENDA**

La panetteria come punto d'incontro è anche la filosofia de **La Suprema**, un locale multifunzionale di La Spezia, aperto sei mesi fa dai fratelli **Costa**. "Bar e panetteria erano due locali separati – racconta **Alberto Costa** – Così abbiamo pensato di creare un solo spazio attraverso una ristrutturazione completa che amalgama le due attività e fa sì che si sostengano reciprocamente. L'investimento è stato impegnativo ma ne è valsa la pena. Ne è nato, infatti, uno spazio "trasformista", che si adegua a ogni momento della giornata, dalle 7 della mattina alle 10 di sera in inverno, dalle 6 alle 2 di notte in estate, proponendosi via via come forno, caffetteria, sala da tè, ristorante, music bar. Dalle tre del pomeriggio, quando il panificio chiude, il bancone del pane arretra su rotelle fino a nascondersi dietro una parete di vetro per concedere più spazio alla nuova sala ristorante, oppure diviene il banco sul quale, a cena, gli chef lavorano a vista".

Quanto contano le due parti sul fatturato complessivo dell'attività?

“ Al Princi Bread & Breakfast sorseggiando un caffè si può vedere lievitare il pane dietro le vetrate, in una sorta di interpretazione nostrana del sushi bar

panetteria. Che, così, ha due punti vendita: la panetteria vera e propria e il bar-ristorante, dove offriamo tutti i pani speciali di nostra produzione – risponde Costa – Per ora il numero degli scontrini in entrambe le zone è comunque aumentato. Anche perché chi entra al bar per la colazione sente il profumo del pane e delle focacce e passa a comprarsi qualcosa. Viceversa, chi fa la spesa in panetteria, facilmente fa un salto al bar a prendersi un cappuccino”.

**UN PO' PANETTERIE, UN PO' RISTORANTI:  
I FORMAT SPERIMENTATI LUNGO LA PENISOLA**

Un concetto molto simile è alla base del **Doppio Zero** di Roma. Qui attorno al lungo banco trapezoidale si consuma ogni giorno lo stesso rituale: alla zona pane-pizza, con sfornate continue di prodotti artigianali, segue il reparto pasticceria, che da mezzogiorno diventa zona brunch con un self service fornitissimo di insalate e piatti di gastronomia. Alle 19 va in scena il taglio di formaggi, mentre il banco bar/caffetteria dalle 18 offre una vasta gamma di aperitivi e stuzzichini. Stesso scenario a Firenze da **Margot, La Fabbrica del pane**, forno, tavola calda e luogo di intrattenimento, anche notturno. A San Casciano dei Bagni, tra Siena e Roma, poi, **Daniela Boni** ha creato lo scorso anno un ambiente particolarissimo: **La Fornarina**, un forno con caffetteria, wine bar e pizzeria. "Inizialmente abbiamo acquistato il forno per produrre pani speciali da offrire nell'altro ristorante che abbiamo qui a San Casciano. Viaggiando per il mondo ho colto qua e là diverse suggestioni e mi è venuta l'idea di unire un angolo wine bar (con un centinaio di vini, tutti anche al bicchiere) e pizzeria.

I diversi spazi sono sempre contemporaneamente aperti e si integrano alla perfezione: chi viene in pizzeria la sera può sempre comprarsi il pane o dei prodotti di pasticceria, e chi, invece, al pomeriggio, si intrattiene nel wine bar, può passare nel forno per scegliere il pane da accompagnare al vino. Un servizio migliore e

Sotto: un'immagine de El Cisne, panetteria spagnola multifunzionale. A destra: L'Altare del gruppo spagnolo Mallorca. Below: a view of El Cisne, a multi-functional bakery. Right: Altare of the Spanish Mallorca Group

**IL PANE FINISCE IN CATENE**

All'estero sono già numerose le catene di locali creati interpretando questo concept. La formula è in particolare molto in voga in Spagna, anche per la maggiore facilità di ottenimento di licenze e per la mancanza di una forte tradizione della panetteria in sé.

Il **Gruppo Fripain**, per esempio, che produce alimenti surgelati, è presente in Catalogna con la catena **El Moli Vell**, un centinaio di locali di proprietà, sia semplici panetterie, sia panetterie con barcaffetteria. A Barcellona e provincia è diffusa anche la catena **El Fornet d'en Rossend**.

Dalla Francia, invece, si sta sempre più diffondendo il franchising di **Maison Kayser**, ideato dal maestro panettiere **Eric Kayser**, che vanta un rapporto di partnership con **Alain Ducasse** e ha fatto di questa formula uno strumento di "crociata" contro i grandi gruppi industriali di panificazione. Quelli di Maison Kayser sono locali con produzione e vendita di prodotti da forno, affiancati da una zona ristorante, ormai ben radicati in Francia ed esportati anche in Grecia, Israele, Guadalupa, Giappone.



corsi di panificazione della durata di un paio di giorni, tenuti dal pasticciere **Mauro Gualandi** della **Dolceria Mazzini di Argenta (Fe)**. I destinatari? I clienti ristoratori, invitati a rotazione, in gruppi di non più di 30 persone. Molti sono diventati addirittura degli habitués. "È un modo per accrescere il bagaglio culturale degli operatori – spiega Folonari – e instaurare un rapporto più stretto con la nostra clientela, per la quale è fondamentale vedere dove i vini vengono prodotti. Con questi corsi, però, offriamo loro un motivo in più per venire. E, così facendo, uniamo il vino alla tavola, fedeli alla nostra filosofia". Ma perché proprio corsi di panificazione? "Offrire pane caldo appena sfornato è, anche a detta di molti ristoratori, un ottimo strumento di fidelizzazione. E una carta che offra la possibilità di scegliere il pane da accompagnare alle pietanze scelte rappresenta un servizio in più a costi irrisori e senza un eccessivo spreco di tempo: basta solo organizzarsi al meglio in cucina – suggerisce **Mauro Gualandi** – In fondo, con un solo impasto si può preparare un numero considerevole di pani diversi per forme e aromatizzazioni". ■

È invece belga la catena **Le Pain Quotidien**, fondata all'inizio degli anni 90 dallo chef **Alain Coumont**, allievo di **Paul Bocuse**. Il gruppo, che ha registrato nel 2002 un fatturato di 60 milioni di euro, ha al suo attivo una quarantina di locali, di cui 20 in Belgio, sei a New York, cinque a Parigi, tre a Los Angeles, due a Ginevra. Per il momento in Italia conta un unico punto vendita a Roma (ma è previsto un progetto di sviluppo), aperto sette giorni su sette, dalle 9 della mattina a mezzanotte.

Il pane qui prodotto viene sia venduto per l'asporto sia utilizzato per preparare una vasta gamma di tartine e sandwich o per accompagnare insalate oppure piatti freddi di carne e pesce. Lo scontrino medio si aggira sui 15-20 euro.

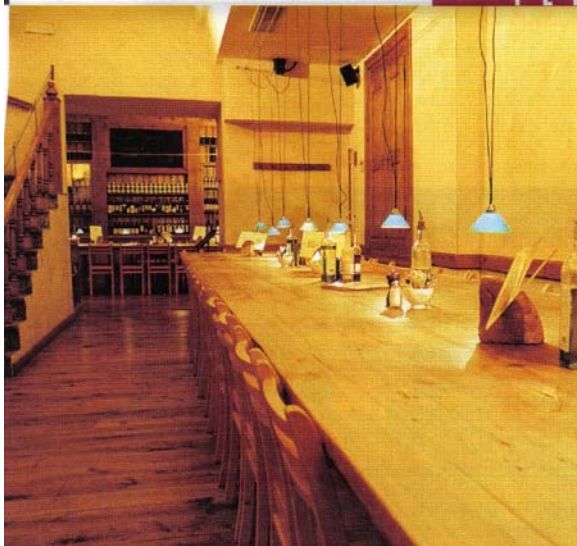
**ANCHE A UN PRODUTTORE (DI VINO) PIACE IL PANE**

Il pane ha contagiato anche un produttore di vino come **Giovanni Folonari**, delle **Tenute Ambrogio e Giovanni Folonari**. Da qualche tempo, infatti, nella sua **Tenuta di Noz-**

**Come è trendy il pane à la carte**

**D**opo quella del vino, dell'olio e dell'acqua minerale, è la volta della carta del pane. Che, dopo aver già debuttato in qualche ristorante, **si dimostra un'ottima tecnica di fidelizzazione e contribuisce a rafforzare il rapporto tra ristoratori e fornitori**. La carta del pane sarà tra le novità proposte da Siab, il Salone internazionale dell'arte bianca, in programma alla Fiera di Verona dall'8 al 12 maggio, e ha conquistato anche **Andrea e Armando Guida**, che hanno ideato un sito specializzato: **www.pianetapane.it**, il primo portale dedicato al pane, una sorta di piazza virtuale in cui **panificatori, consumatori e aziende del settore hanno la possibilità di interagire**.

• **THE TREND OF OFFERING BREAD À LA CARTE** The bread list has made its debut in several restaurants and appears to be **an excellent way to attract customers and help reinforce the relationship between restaurateurs and suppliers**. The idea has already won over **Andrea and Armando Guida** who have created **www.pianetapane.it**, a web site dedi-



TRENDS

A sinistra: il lungo tavolo "sociale" di Le Pain Quotidien. Sotto: un'immagine di Margot, La fabbrica del pane. Left: the long communal table at Le Pain Quotidien. Below: Margot, La fabbrica del pane



**L**a Spezia: a bakery-cafe that transforms into a tea room, restaurant and music bar in the early afternoon. In Rome: the only (for now) Italian point of sale of the Belgian chain Le Pain Quotidien adds sandwiches, salads and coffee drinks to the classic bakery selection. Florence: a place that defines itself as a "bread factory" has become the favourite spot of grain lovers as well as night owls. Bakeries are increasingly taking on the role of a multi-functional space, with sophisticated decor, designer uniforms, visible ovens, cocktail (or wine bar) areas and a restaurant. "Bakeries are increasingly becoming meeting places – says the **Costa Group**,

the company specialised in the decor and design of bars and restaurants – It is a concept that allows operators to make the locale productive all day long and give customers the possibility of consuming the baked products for a quality meal or quick snack". According to operators, it seems that this will continue to be a trend in the future. Judging from the expansion that this type of locale is experiencing in Italy and abroad, the formula seems to be rather profitable. In Milan, bakeries are opening new points of sale, expanding into small chains and are often open 24 hours a day.

**IN MILAN, PRINCI, THE BREAD ENTREPRENEUR FOCUSES ON QUICK LUNCHES**

The best example is that of **Rocco Princi**, the baker from Calabria that arrived in Milan 19 years ago and opened his fifth location last March. The newest **Princi Bread & Breakfast** restaurant-cafe, where the servers and bakers wear outfits designed by Armani, was designed by **Claudio Silvestrin**, the designer of the Boffi and Armani boutiques. The Zen ambience has no visual separation between the sales and preparation areas so customers can watch the bread rise as they sip their coffee. It is open everyday and from Thursday through Sunday is it open 24 hours a day. The busiest time is at 5 am when those who are finishing their night and those starting their day cross paths.

The bakery as a meeting place is also the philosophy of **La Suprema**, a multi-functional locale in La Spezia that the Costa brothers opened six months ago. "The cafe and bakery were two separate locales – explains **Alberto Costa** – We completely renovated the

“ Bakeries are increasingly becoming multi-functional spaces with cocktail or wine bar areas and often a restaurant

proccally". It is a bakery, cafe, tearoom, restaurant and music bar. At 3 pm when the bakery closes, the bread counter on wheels is hidden behind a glass wall to make room for the restaurant area. "Those

who enter the cafe smell the bread and then go over and buy something – says Costa – Vice versa, those shopping in the bakery often stop at the cafe for a cappuccino".

**A BIT BAKERY, A BIT RESTAURANT: EXPERIMENTAL FORMATS ALL OVER ITALY**

**Doppio Zero** in Rome has a bread-pizza area that continually bakes artisan products. At noon, the pastry area becomes a self-service brunch zone filled with salads and gourmet dishes and at 6 pm the bar/cafe counter offers aperitifs and appetisers. The same scene exists in Florence at **Margot, La Fabbrica del Pane**, a bakery, restaurant and meeting place even during the evening.

**BREAD BECOMING PART OF A CHAIN**

Outside of Italy, there are already a number of chains of locales interpreting this concept. In Catalonia, the **Gruppo Fripain** has nearly one hundred locations of its chain **El Moli Vell**, both simple bakeries and bakery-cafes. In France, there is the **Maison Kayser** franchise created by master bread baker **Eric Kayser**, in partnership with **Alain Ducasse**.

There is also the Belgian chain **Le Pain Quotidien**, founded in the 1990's by chef **Alain Coumont**, a student of **Paul Bocuse**. The group registered a turnover of 60 million euros in 2002 and has 40 locations in Europe and the US. The bread produced is sold and also used to prepare the wide array of sandwiches, to accompany