



BAKERY3.0

21 ottobre 2018  
Milano, Enterprise Hotel

***La battaglia per la scuola del pane.  
La formazione degli artigiani di domani è un diritto.***

## **Il pane e le sue declinazioni**

***Pane, prodotto tra tradizione, banalità e innovazione***

A cura di Angelo Capizzi



## *Il pane come prodotto alimentare è*

- **consumo abituale e industrializzato (grande distribuzione, ristorazione collettiva )**
- **Prodotto con molte varianti tradizionali locali (panetterie artigianali )**
- **Prodotto “voluttuario” e di tendenza per un pubblico attento e disposto a una spesa maggiore riconoscendone un valore aggiunto**



## Quale è il punto di equilibrio?

**Va evidenziato che in termini culturali e di educazione si può “lavorare” solo sulle ultime due**

**considerando che la terza modalità di consumo (voluttuario )  
spesso valorizza le preparazioni**



# Sostanzialmente sono due i settori dove la formazione dovrebbe concentrarsi

valorizzazione e riscoperta antiche varietà frumenti, cereali  
minori, ricette pane a base regionale

Valorizzazione ingredienti salutistici ed integratori come “pani  
formulati” e di alto appeal (pani con semi sono es recente)

## Una formazione

- sulle tecniche di panificazione,
- sulle farine,
- sulla lievitazione e sue varianti

**costituisce naturalmente la base  
indispensabile per la preparazione di  
addetti e artigiani consapevoli**



**Non va trascurata una educazione alimentare verso i consumatori che, anche in questo campo, appaiono spesso privi delle necessarie conoscenze e sensibilità per scegliere con competenza.**



**In questo quadro la formazione e istruzione alberghiera può dare probabilmente l'azione più importante nei confronti di vasti strati di popolazione.**

**Attualmente l'istruzione alberghiera è, a cascata, la modalità di educazione alimentare forse più funzionale sui consumatori (clienti e filiera alimentare) e pertanto sulla società.**