Sua maestà il panettone, icona italiana

colazionando-panettone-2-b045cd4d

Da Milano all’Italia, al mondo ma sempre, indissolubilmente italiano. E – da noi – natalizio e stagionale, come da tradizione inossidabile. Si avvicina il Natale ed è quasi obbligatorio parlare del re dei lievitati: il panettone. Un successo crescente anche in patria, confermato dal moltiplicarsi di accademie, premi e campionati e dal moltiplicarsi delle versioni e delle limited edition. Noi però scommettiamo che quest’anno vincerà la sua accezione di simbolo di festa casalinga e famiglia, avvolgente e rassicurante. In confezione vintage magari, mentre continuerà la ricerca sui prodotti del territorio, a chilometro zero. In primo piano poi l’artigianalità: le aziende senz’altro la rincorrono con proposte sempre più ricercate, ma pasticcerie e panetterie hanno dalla loro la forza della lavorazione in loco, il rapporto diretto con la clientela e la narrazione. Certo il panettone non è una lavorazione semplice né banale. È limitato nel tempo perché resta un prodotto stagionale, e perché va consumato fresco. Anche se qualcuno ci prova, farlo in casa è quasi impossibile. E questo è un innegabile punto di forza per chi con i lievitati lavora tutti i giorni.

LA SCUOLA E I PRODOTTI



Spiega il maestro **Gino Fabbri**: “Il panettone è un prodotto che sa esaltare l’italianità e le materie prime: sono quelle che fanno la differenza. Come il burro di centrifuga, non d’affioramento, i canditi di vero arancio, non di zucca. Ci vuole tanta ricerca, il nostro è nato da tre anni di prove e studi. Ma ha anche un grande fascino perché il lievito è un prodotto vivo, bisogna prestare attenzione alla temperatura, all’umidità, ai tempi. Tutti i giorni metto a punto il lievito che va lavorato e purificato perché non trasmetta sentori negativi”. Un panettone certo che non può soddisfare la maggioranza delle persone, “per questo c’è la Gdo”. Ma che non dev’essere per forza

d’élite. “La mia soddisfazione? Una signora anziana entrò in negozio anni fa e mi disse che avrebbe comprato il mio panettone per regalarlo al suo medico perché era buono: ‘io non ho tanti mezzi ma ho un difetto: un ottimo palato’, mi disse. Ecco, sono persone così i nostri clienti”.

I NUMERI

Quanti panettoni si vendono ogni anno? I dati appena rilasciati a Uip, Unione italiana Food nata dall’unione di AIDEPI e AIIPA riguardano il panettone industriale, ma danno anche uno sguardo sulle tendenze di consumo. Nel 2019 sono state prodotte 99.866 tonnellate di dolci da ricorrenza natalizi con un giro d’affari di 370,2 milioni di euro, una crescita piatta sull’anno precedente e un valore di 707 milioni di euro (+0,6%). Sul fronte panettoni, si è indebolito il tradizionale (-1,5% in volume e -0,8% in valore sul 2018) ed è calata una variante molto apprezzata negli anni passati, quella senza canditi (-0,6% in valore). Avanza invece, del 2% in volume e del 2,5% in valore, il panettone speciale.
Piacciono sempre di più invece i panettoni artigianali. Secondo una ricerca Nielsen per Csm Bakery Solutions nel 2019 il volume d’affari è cresciuto dell’8,4% rispetto al 2018. Chi acquista artigianale lo fa prevalentemente in pasticceria (65%), spende in media quattro volte di più rispetto a chi acquista al supermercato e ha per il 37% un’età compresa tra i 35 e i 44 anni, ma cresce la fascia 25-34.

Panettone: macrotendenze per il Natale 2020