Pane, tra tendenze salutiste e sperimentazione gourmand

pane-evid-28f2dcb6

In nessun altro settore come in Pane Pizza e Pasta l’alta tecnologia dei macchinari si fonde con la voglia di tradizione, con il ritorno a un passato mitico fatto di farine integrali, cereali macinati a pietra, lieviti centenari. Del resto il pane è uno degli alimenti più antichi. Questa ricerca verso il naturale, che si incrocia con le tendenze salutiste e la sperimentazione gourmand, è il fil rouge che percorre le tendenze globali della panificazione, riportate dai blogger di Host dai quattro angoli del pianeta. Un’esigenza che ha coinvolto anche la pizza, mentre la pasta si vuole lavorata con tecniche antiche o fatta a mano

pizzaPIZZA E PASTA DALL’ITALIA...

Nata nei vicoli di Napoli si è diffusa dagli anni ‘50 in tutto il Paese, con le dovute variazioni regionali: oggi consumiamo 56 milioni di pizze a settimana, quasi 3 miliardi all’anno. La pizza italiana, ci racconta Carlo Spinelli, “si divide in tradizionale e gourmet. Della prima scuola fanno parte Enzo Coccia, Gino Sorbillo, Ciro Salvo, Franco Pepe, Antonio Starita, Maria Cacialli, Salvatore Di Matteo, Pasqualino Rossi e i fratelli Salvo “che continuano a narrare la storia della tradizione partenopea e a divulgare il ‘verbo’ anche all’estero con scuole, concorsi e consulenze”. La seconda tendenza, che mutua tecniche e ingredienti dell’alta cucina e sperimenta sugli impasti, ha prodotto “creature” nuove come la pizza gourmet di Simone Padoan o il “trapizzino” di Stefano Callegari, la pizza fatta con l’acqua di mare di Giovanni Mandara e la Pizza in Black di Vitantonio Lombardo al carbone vegetale. Anche la pasta è un cibo popolare approdato alle cucine degli chef stellati. “Che iperbole culturale per questo vero simbolo della cucina Made in Italy! Ormai in tutti i migliori ristoranti d’Italia la pasta è protagonista, soprattutto quella artigianale” scrive Spinelli. Già perché anche sul fronte della produzione sono nati “innumerevoli piccoli pastifici che ripropongono l’antica lavorazione della pasta”. Piccole quantità ma qualità alta.

...AL MONDO

La “gourmetizzazione della pizza” come la chiama Rachel Walker ha varcato i confini nazionali trovando terreno fertile a Londra grazie a piccoli ristoratori come Fundi e Pizza Pilgrims. “Ma chi ha cavalcato al meglio l’onda della nuova pizza è stato Franco Manca, che in sette anni ha aperto dieci locali e li ha appena venduti per 27,5 milioni di sterline”. Un successo ottenuto a suon di impasti con lievito madre o a base di cavolfiore o quinoa, cotti in forni a legna “creati da artigiani specializzati di Napoli”. Il boom della pizza creativa, “con condimenti come formaggio di capra, pesche e gamberi” sta contagiando anche la Russia secondo Alena Melnikova; qui il “guru” della nuova pizza è lo chef italiano Valentino Bontempi, che a San Pietroburgo e Mosca propone la “pinza” (una pizza fatta con farina di riso). Il momento d’oro della pizza italiana all’estero è confermato dalla domanda crescente di export di macchinari dall’Italia, considerando che il Made in Italy in questo settore è un punto fermo: +282% in Etiopia, +248% in Libia e +183% in Turchia per macchine per pastifici, +70% in USA per forni per pane, biscotti, pasticceria e pizza nel 2014.

L’IRRESISTIBILE AVANZATA DEL LIEVITO MADRE

L’uso del lievito madre è **pane 2**letteralmente esploso sulla scena della ristorazione londinese. Spiega Rachel Walker: “Il suo successo universale è indicativo di una ricerca verso alimenti più nutrienti e con un gusto più complesso delle gommose pagnotte che hanno riempito i carrelli fin dall’invenzione del processo di panificazione industriale negli anni ‘60. Da qui il successo di panetterie specializzate come E5 Bakehouse, Silo e St John, e del “mercato del lievito madre”: Vanessa Kimbell tiene corsi e usa un ceppo francese di 200 anni fa.

L'OCCIDENTE VIRA AL GLUTEN FREE

In Occidente e in Nord America in particolare è in atto una “fuga dal glutine” e il mercato si è adeguato, come nota dagli USA Leiti Hsu: “Le opzioni gluten free si moltiplicano e ora si trovano sul mercato prodotti come i ramen fatti con farina di riso nero, molto scenografici”. Dà i numeri Enrico Cleva: “pizza e pasta sono arretrati del 2,5% nei menù canadesi negli ultimi due anni. Ho osservato la tendenza, anche da parte di non celiaci, di evitare tutti i prodotti legati alla farina bianca sostituendoli con pasta integrale o senza glutine”.

PANE SEMPRE PIÙ GLOBALE

Alimento antichissimo ma non universale, il pane guadagna terreno anche in Paesi che tradizionalmente consumano cereali diversi dal grano, come il riso in Asia e il mais in Sud America. In India Kalyan Karmaker nota un crescente interesse verso il pane integrale anche nel mercato di massa, mentre le panetterie offrono pani artigianali d’alta gamma. Negli Emirati Arabi Uniti Judy

Sebastian segnala “uno spostamento verso il glutine e prodotti come pasta e pizza, ciabatte al lievito madre”. In Corea, come riporta Daniel Gray, pane e pizza si consumano al ristorante “dato che la maggior parte delle famiglie non possiede un forno o non sa come usarlo. Per fare la pasta a casa si ricorre a buste pronte con condimenti e formaggio grattugiato inclusi”. Fuori casa è un’altra musica: “I clienti sono pronti a pagare di più per prodotti artigianali biologici, locali e naturali e vogliono conoscere la zona e le modalità di produzione”. Nei luoghi in cui il pane fa parte della tradizione, ci si allontana dalle insipide pagnotte industriali sulla spinta di foodie stregati da chef televisivi e corsi di cucina, come spiega l’australiana Christine Salins: “molti ormai preferiscono il pane delle panetterie artigianali a quello del supermercato. I salutisti scelgono le varietà biologiche, integrali, con semi e senza glutine. Nonostante la concorrenza di riso e pasta, il pane resta il carboidrato preferito degli australiani. Tutti amano la pizza, in particolare quella cotta nel forno a legna, e si stanno entusiasmando per la pizza gourmet”. Nelson Carvalhero parla di un “numero assurdamente grande di panetterie aperte nelle grandi città europee, tra queste molte ‘boutique del pane’, tanto che la disponibilità di pane fresco, sano e di buona qualità non è mai stata così alta da almeno cinque generazioni”.

[caption id="attachment_89159" align="alignleft" width="300"]
John Baker punta su trasparenza, prodotti bio e lavorazione a vista John Baker punta su trasparenza, prodotti bio e lavorazione a vista[/caption]

LA NUOVA PANETTERIA, STELLATA E GOURMET

In effetti le panetterie somigliano sempre più a negozi di design shabby chic. Non solo: si contaminano e ampliano l’offerta proponendo colazione e aperitivo e vendendo lieviti madre e farine alternative. Il profumo del pane appena sfornato e la sua ritrovata allure ha risvegliato l’interesse di chef di grido. Se in Italia abbiamo i Banchi, il panificio-pasticceria-caffetteria aperto a Ragusa dallo stellato Ciccio Sultano, Luciana Bianchi dal Brasile segnala Padoca do Manì, panetteria di San Paolo guidata da Helena Rizzo, miglior chef donna al mondo nel 2014. “All’interno, insegne fatte a mano, murales e oggetti vintage, rustici mobili in legno. Il pane è esposto su vassoi di legno, dolci e biscotti fanno bella mostra di sé in barattoli o contenitori di vetro dal sapore retrò, in un ambiente pervaso da una rilassata atmosfera da casa di campagna”. Punta su trasparenza, ingredienti bio e lavorazione a vista John Baker, “panetteria aperta” di Zurigo dove, ci assicura Stefan Maiwald, “si può assistere all’intero processo di panificazione. Tutto il giorno si trovano prodotti appena sfornati ma anche caffè, dolci e ogni genere di farina se voleste provare a fare il pane in casa. John Baker consegna i suoi prodotti a domicilio. Non con un furgoncino, ma in bicicletta”. Naturalmente.

Simona Greco (Host):«Ecco perché siamo i trendsetter del fuoricasa»

Fuori casa: 15 blogger spiegano le tendenze emergenti nel mondo

Caffè, un’abitudine diventata status symbol

La macchina del caffè, l’icona del bar all’italiana conquista il mondo

Dolci e gelati: nuovi sapori e inediti mix da tutto il mondo

Cucina: ecco i trend internazionali

Costi, praticità e stile informale: i driver dell’arredo nel mondo