

n. 3 2023



italiangourmet

PANIFICATORE

italiano



● Pane veggie
**GUARDARE FRUTTA
E VERDURA IN MODO NUOVO**

Storia di copertina
**MERCATO DEL PANE
CON SPAZIO GENIO**

*Il nuovo negozio
che mette le ali*

Powered by

SPAZI GENIO
CONCEPT AND DESIGN FOR FOOD

BREADS SAVE THE GREEN

MERCATO DEL PANE



BREADS SAVE THE GREEN

Il negozio che mette **le ali** al **pane** selvaggio

Un nuovo punto vendita curato da Spazio Genio mette letteralmente le ali a un gruppo di ragazzi che hanno voglia di cambiare il mondo del pane (e lo stanno già facendo).

di Atenaide Arpone - foto di Carlo Casella

C'è una nuova generazione di panificatori che vuole cambiare passo e mentalità all'arte bianca. Spesso vengono da altri settori (ma non sempre) e hanno un tratto in comune: vivono con gioia il proprio mestiere e questa gioia la comunicano, direi quasi che la irradiano. Passatemi il termine al limite del religioso, ma ho incontrato i titolari del Mercato del Pane di Pescara in una splendida giornata di sole, di quelle in cui la luce crea - in effetti - un'atmosfera un po' mistica. Oltretutto, se non si approfondisce la loro conoscenza, questi giovani panettieri possono apparire troppo idealisti e poco concreti, ma non è affatto così. Il loro è business a tutti gli effetti, però è un business etico, incentrato sul rispetto: delle persone, dell'agricoltura, del territorio, del prodotto. La loro filosofia, una sostenibilità a tutto tondo, non è avulsa dal mercato, anzi. Parlando con loro ho capito che lo conoscono molto bene e ci si muovono con sapienza, ma senza retrocedere di un millimetro rispetto al loro obiettivo: il proprio benessere e quello degli altri.

Il progetto del Mercato del Pane

L'idea del Mercato del Pane di Pescara fonda le sue radici nella volontà di Luigi Morsella e Pierpaolo De Felice di produrre artigianalmente della pasticceria e del pane di altissima qualità e nel rispetto del territorio e dell'ambiente. Il settore non è del tutto nuovo perché le loro famiglie (che poi è una sola perché sono cugini) gestivano dei punti vendita della gdo. Nell'azienda sono da subito coinvolti gli

altri cugini Francesco Morsella e Gianmaria e Domenico De Felice. Pierpaolo ha studiato e lavorato a Milano e, lavorando nel settore del retail, ha maturato idee chiare sull'importanza di avere un format preciso e nuovo. Aprono dapprima un negozio a Montesilvano e poi, esperimento dopo esperimento, a San Silvestro e a Pescara Centro. Dico "esperimento dopo esperimento" perché è così che sono cresciuti. Lo dice Pierpaolo: «avevamo da subito l'idea precisa di quali fossero i valori su cui si fonda nostra azienda, che sono il rispetto del pane, la tutela del territorio e del patrimonio umano che gravita intorno a un'azienda. Il rispetto di cui parlo parte da chi lavora per noi, passando per gli agricoltori che ci forniscono la materia prima, per arrivare ai clienti. Da questo non ci siamo mai mossi. La produzione, invece, ha subito dei piccoli ritocchi: per esempio, abbiamo iniziato facendo pasticceria mignon, ma abbiamo capito ben presto che non era remunerativa per noi, quindi abbiamo optato per una pasticceria fatta di sei-sette tipi di monoporzioni e di alcuni prodotti da colazione, che forse sono più vicini alla nostra idea del pane».

Il pane agricolo è selvaggio

«Il pane costituisce il 60% del nostro fatturato» sottolinea Francesco, che in azienda si occupa di amministrazione, «abbiamo prezzi più alti di qualsiasi altro panificio, ma i clienti riconoscono la bontà della nostra filosofia e anche quella del prodotto e sposano la nostra politica di tutela del territorio e

Davanti all'ingresso
del Mercato del
Pane di Pescara
Centro: da sinistra
Francesco Morsella,
Pierpaolo De Felice
e Luigi Morsella

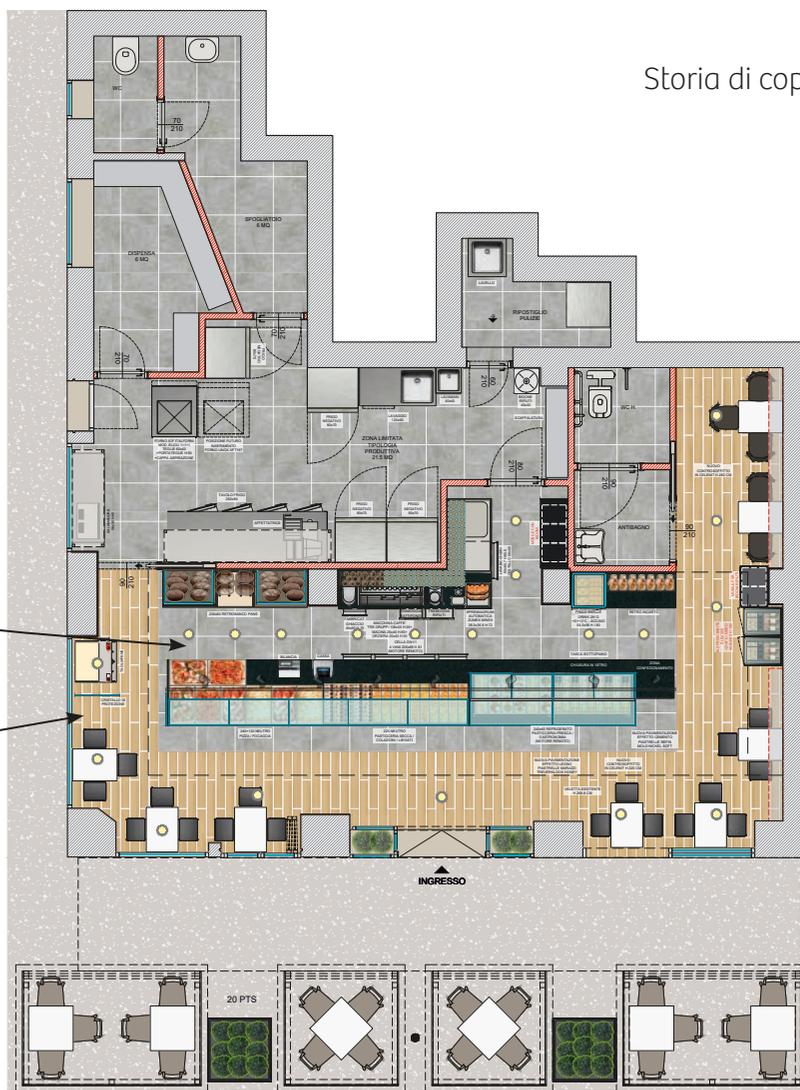
ZOOM

IL PROGETTO IN DETTAGLIO

Nella scelta dei materiali per questo progetto Spazio Genio ha seguito dei criteri che prima di tutto rispettassero la filosofia dei ragazzi del Mercato del Pane. Criteri che non possono prescindere dalla loro filosofia di base: quella del rispetto di processi produttivi etici e sostenibili. La prevalenza, dunque, è stata data a materiali naturali come legno e il marmo con l'innesto di inserti più caldi, fondamentali per creare un'atmosfera accogliente. Poiché il Mercato del Pane si inserisce in un contesto urbano, si è pensato di inserire anche del gres porcellanato con effetto cemento a pavimento. Le ampie vetrine esterne donano al locale una luce naturale che filtra tra i palazzi e illumina le vetrine e i prodotti esposti. Nonostante il locale non sia grandissimo si è comunque riusciti a trovare lo spazio per 8 tavolini che consentono ai clienti di sostare nel locale e concedersi un momento di tranquillità degustando i prodotti esposti in una lunga e accattivante vetrina. Il pane, core business del locale, è esposto in una parete con ripiani inclinati e supporti a pioli in legno.

Gres porcellanato
effetto cemento

Gres porcellanato
effetto legno



degli agricoltori. A questi ultimi chiediamo di non utilizzare pesticidi, diserbanti, concimi chimici per coltivare il grano o artifici per migliorare le farine durante la macinatura. Abbiamo con loro un tale rapporto di collaborazione che non trattiamo sul prezzo: siamo disposti a comprare tutta la loro produzione e facciamo in modo che siano loro a dirci il prezzo giusto, perché sono loro che sanno che cosa gli è costato lavorare la terra, quali sono le rese dei territori e altri indici che noi non abbiamo. È chiaro che c'è un patto tra gentiluomini che impedisce loro di approfittarsi della situazione: sanno qual è il prezzo corretto del grano e hanno tutto l'interesse a venderlo a noi che non speculiamo sul loro lavoro e rispettiamo un territorio che è loro, tanto quanto è nostro». Il rispetto verso il lavoro degli agricoltori è lo stesso che viene applicato al prodotto. Il loro è un pane che parla abruzzese ed è, secondo una loro definizione, selvaggio, autentico e genuino. Non solo la farina, ma tutte le materie prime utilizzate sono tracciabili e in gran parte coltivate in Abruzzo e in Italia, da produttori che seguono la loro filosofia. «Non pensare che utilizziamo le materie prime del territorio solo per qualche prodotto di nicchia, mentre per il resto della produzione si usino materie prime convenzionali» dice Luigi «quasi tutta la nostra produzione di pane è realizzata con farine abruzzesi e stiamo cercando di fare lo stesso con la pasticceria».

Rispettare il territorio vuol dire anche rispettare le persone

«Sentiamo spesso parlare di carenza di personale, per noi non è così. Riceviamo richieste da persone che hanno sentito parlare di noi, alcuni vengono da fuori città e c'è stata persino una ragazza trentina che ha voluto fare un po' di esperienza da noi: vogliamo avere anche noi la certificazione "great place to work" come hanno fatto i colleghi di Forno Brisa» è Luigi che lo dice con orgoglio: «abbiamo organizzato dei turni che limitino al massimo il lavoro notturno, grazie alla tecnologia del freddo e, quello che resta da fare di notte, lo gestiamo con una rotazione che porta a lavorare – a turno - due persone per volta, in modo che questo sacrificio sia ridotto al minimo. Lo stesso principio lo applichiamo alle domeniche lavorative degli addetti alla vendita. Vogliamo ragazzi felici e sorridenti, non intristiti da turni massacranti. Lo facciamo per i nostri dipendenti e anche per i nostri clienti che da noi devono sentire che si trovano in un ambiente sereno» prosegue Pierpaolo, «quest'anno investiremo tantissimo in formazione: sia per il personale alla vendita sia per i ragazzi del laboratorio. Per questi ultimi vogliamo arrivare a un livello in cui tutti sappiano fare tutto per essere intercambiabili, ma anche perché facciano un lavoro vario e che non li annoi, anzi vogliamo che si sentano gratificati».



In alto alcuni scorci del locale di Pescara Centro. In basso, una parte del team. Da sinistra: Anna, Pierpaolo, Giulia, Luigi e Matteo.

Il punto vendita che rispecchia questa filosofia

«Quando ho conosciuto Marco Gabriele di Spazio Genio» dice Pierpaolo «ho capito subito che era la persona giusta per noi. È empatico ed è anche positivo, ha capito che il nostro locale doveva rispecchiare la nostra filosofia e, in effetti, credo che sia proprio così». È vero c'è molta natura, molta luce – come dicevo prima – è la sensazione che si prova entrando in un luogo familiare, quel tipo di sentimento che ti danno i luoghi semplici, non artefatti. La vetrina in vetro è mozzafiato, con tutti i prodotti esposti in modo da valorizzarne la golosità «è chiusa anche dal lato operatore» dice Pierpaolo, «perché l'ambiente familiare non deve scaderne nella sciattezza e se hai una produzione di pani di grossa pezzatura come i nostri, che vengono tagliati su richiesta dei clienti, produci molte briciole. Se non usi l'accortezza

di chiudere il vetro del bancone, è probabile che finiscano anche sulla pasticceria».

E poi?

Una volta rafforzato il nuovo punto vendita, dove vogliono arrivare questi ragazzi? «Vogliamo ingrandirci, certo, ma non eccessivamente» chiosa Pierpaolo «se diventassimo una catena, snatureremmo il significato che diamo al lavoro e alla nostra esistenza. Non vogliamo diventare schiavi del denaro». Nessun desiderio di ingrandirsi, dunque? «C'è una cosa che vogliamo ingrandire ed è il PAU. A noi ha permesso di crescere molto. Confrontarsi con i colleghi, conoscere il loro percorso e condividere un tratto di strada con loro ha agevolato il nostro lavoro e vorremmo fare la nostra parte divulgando a nostra volta la filosofia che ci accomuna, coinvolgendo un numero sempre maggiore di panificatori». Ad maiora.