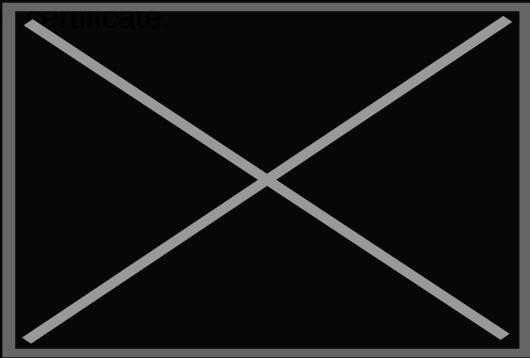


Pane e cereali sono il 17% dei consumi alimentari

panificatori-in-azione-a-tirreno-ct-ev-f1458970

Assipan (associazione italiana panificatori) ha deciso di dedicare cinque intere giornate alla didattica e alla ricerca del settore durante Tirreno C.T., la fiera del settore della ristorazione e dell'ospitalità in corso a Carrara. Il tema centrale è "il pane di una volta", ovvero quello che per necessità seguiva una filiera corta a partire dalle farine ottenute da grani locali. Stando ai dati dell'associazione, infatti, è così che lo vogliono gli italiani, che preferiscono la lievitazione naturale e l'utilizzo di farine italiane, meglio se certificate.



Il legame tra pane e territorio sta così diventando un elemento

su cui stanno crescendo gli investimenti in termini di marketing. Da Lariano a Terni, da San Gaudenzio a Laterza, da Pontremoli a Borgopace: sono solo alcune delle località in Italia dove al pane viene associata un'origine, così da scandirne la tradizione e la cultura che ruota attorno a uno dei prodotti più apprezzati per consumi. Oltre a questi alla lista si possono aggiungere anche quelli che hanno riconoscimenti a livello nazionale e comunitario, come il recentissimo Pane Toscano Dop, la Coppia Ferrarese Igp, il Pane Casereccio di Genzano Igp e il Pane di Altamura Dop e anche il Pane di Matera Igp. Ma l'elenco di richieste attualmente al vaglio è ancora più ampio.

Panino, scelta irrinunciabile

Durante le fiera è emerso, del resto, che il pane rimane un alimento centrale nella dieta degli italiani. Acqua minerale e panino restano la combinazione preferita in pausa pranzo. A seguire pizza, primi

