

italiangourmet

Sotto i riflettori

*èl Forner
Il futuro è già qui*

LABORATORIO

*Rinnovo delle attrezzature:
prorogata la Legge Sabatini*

CORMAN

*La qualità
al primo posto*


CORMAN
SINCE 1938

**SPECIALE
SIGEP**

*Le novità
in fiera e in città*

01



SOTTO
I RIFLETTORI



Paolo Piantoni
terza generazione
di panificatori
bresciani

TANTO LAVORO, CINQUE PUNTI VENDITA, UN'ATTIVITÀ DI FAMIGLIA CHE DAL 1937 PORTA IL COGNOME PIANTONI IN GIRO PER BRESCIA E PROVINCIA. PAOLO PIANTONI OGGI ALLA GUIDA DELL'ATTIVITÀ, INSIEME AL FRATELLO ANDREA E ALLA MOGLIE STEFANIA, SENTE LA RESPONSABILITÀ DELL'OFFRIRE SEMPRE UN PRODOTTO FRESCO E SEMPLICE. PER QUESTO HA SCELTO DI AFFIDARSI AI CHI È LEADER NEL SETTORE DELLE MATERIE PRIME PER LA PANIFICAZIONE E SA CONIUGARE ECCELLENZA E CURA DELLA CLIENTELA

— di Flavia Focchi
— Foto di Carlo Casella

Prima il dovere, poi il burro!

Vedi sfrecciare per le vie di Brescia un furgone che profuma di pane e cose buone e sai che El Forner sta consegnando il suo pane. Un gesto che non è solo fornitura del miglior prodotto possibile, ma è anche comunicazione di sé stessi. Paolo Piantoni è l'immagine della sua azienda, impegnato nella produzione del panettone - nel mese di dicembre ne sfornano 100 al giorno, in vendita esclusivamente nei propri punti vendita - e racconta una storia che mescola lavoro e famiglia, pas-

sione per la panificazione ma anche voglia di fare impresa e di rendere concreta una propria visione dell'offerta alimentare oggi.

Da uno a cinque

Osservare il lavoro in laboratorio è un piacere, un grande spazio, diviso in isole ciascuna delle quali dedicata a una specifica produzione: il pane, la pasticceria, la cottura, la distribuzione, la gastronomia. Il ritmo è serrato, la produzione da portare avanti com-

prende i cinque punti vendita a cui si sommano i cinquanta ristoranti che riforniscono a Brescia e provincia, tra i quali si annoverano anche degli stellati. Tutto però è iniziato molti anni fa, quando il nonno di Paolo aprì il primo punto vendita nella provincia bresciana, per poi passare il testimone ai figli, a Davide, papà di Paolo, che ancora oggi è braccio e mente indispensabile in laboratorio. L'idea poi è arrivata negli anni '90: un panificio con caffetteria, un nuovo modo di vivere il prodotto,



ÈL FORNER

via Noce 45
Corso Martiri della Libertà 23°
via Trento 52E
Brescia

www.elfornerbrescia.eu



mq. 100

con dehor
Laboratorio centrale
di 600 mq
su due piani



APERTURA

dal lunedì al sabato,
dalle 7:30 alle 19:30.
Chiuso la domenica



15 dipendenti

8 in laboratorio,
1 autista
2/3 commesse in ogni
punto vendita

PAOLO PIANTONI

"Ho una precisa modalità di vendita: il pane la sera deve avanzare! Su quello, prima della chiusura, si concentra il vero guadagno e due valori indispensabili al successo dell'attività: il focus sul prodotto e la fidelizzazione del cliente che sa che il pane è sempre disponibile e buono".

di consumarlo e acquistarlo. E poi la strada dritta, fatta di fatica e successo, fino a oggi, quando è Forner arriva a vendere più di 250 brioches al giorno per punto vendita e a macinare circa 1,5 kg di caffè al dì. La colazione è diventato il nuovo momento di business in pasticceria. "Noi però siamo panificatori", precisa Paolo, "il pane non deve mai mancare, anche se ogni punto vendita ormai lo consideriamo una realtà a sé, a seconda della zona in cui si trova, presenta richieste e aspettative differenti,

anche per questo abbiamo voluto inserire la gastronomia, per garantire un'offerta a 360° ai nostri clienti". Contestualmente ai punti vendita, si è moltiplicata anche la famiglia, così Stefania, moglie di Paolo, segue l'attività organizzando l'allestimento dei negozi, lavoro importantissimo per conferire riconoscibilità e organizzazione al punto vendita, che ormai non propone solo prodotti freschi da banco, ma anche biscotteria take away, dolci da credenza, lievitati, pasta fresca, pizza e panini tutti



GAMMA PRODOTTI

Panetteria

- 40 tipi di pane prodotti tutto l'anno.
- 6 tipologie prodotte con lievito madre e farine macinate a pietra, tra cui il molto amato filone (7 €/kg); e specialità del sabato il pane con yogurt, fiocchi d'avena, cereali e segale, la varietà con farina Tumminia e grano spezzato, con segale e cereali, il Petra 9, tutti venduti a 7 €/kg.
- Fiore all'occhiello, il pane tigrato, pastella con farina di riso e il 20% di burro e una spennellata finale di burro versato. Un pane da stella Michelin.
- Poi la ciabatta, il prodotto più venduto, prodotta solo con biga e il 90% di acqua, il pane al germe di mais e semi di girasole, la ciabattina in crosta di sesamo, i grissini.
- L'ormai mitico pane per hamburger (5.000 pezzi a settimana) prodotto proprio come il faut, spennellato con

uovo e cosperso di sesamo, ben percepibile.

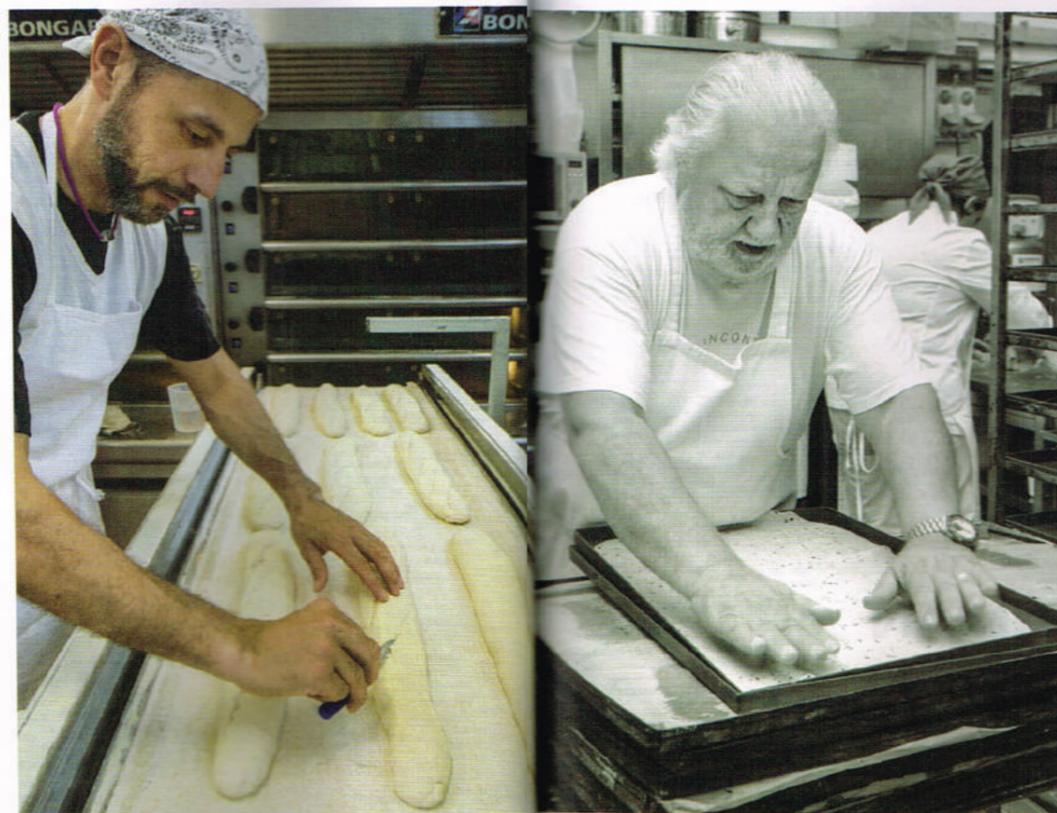
- Pizze e focacce, prodotte con lievito madre (50 kg di farina al giorno solo per la schiacciata romana)

Pasticceria

- I prodotti non sono quelli tipici da pasticceria, piuttosto Paolo si è dedicato ai lievitati - Veneziana tutto l'anno, il tipico Bossolà e il Panettone da novembre a Natale - e alla biscotteria secca, 15 tipologie take away, le crostate, la frutta candita e, da poco, una piccola proposta di cioccolato.

Gastronomia

- Con l'apertura, la scorsa estate, del punto vendita di via Martiri della Libertà, Paolo e Andrea hanno potuto pensare a un'offerta gastronomica, di pochi piatti, ma preparati freschi ogni giorno.



marchiati è Forner, con l'idea in più di non vendere più succhi confezionati ma di offrire centrifughe fresche, sempre diverse secondo stagione.

E il futuro che è già qui

Il bello di un'attività di successo è che non sta mai ferma, come un essere vivente è in continuo movimento, in espansione, compito dell'imprenditore saperla guidare. Paolo pensa in grande mantenendosi sempre concentrato sulla qualità. Se da un lato, pensa a nuove aperture, dall'altro non abbandona il core business: la panificazione. E le materie prime. Per ottenere prodotti eccellenti, è necessario sempre partire da ingredienti di qualità, a partire da farina e burro in panificazione. Paolo ha scelto Corman per la fornitura del burro e Molino Quaglia per le farine e continua a confermare le proprie scelte per la qualità offerta ma anche per il rapporto che si è creato con queste aziende e con Artebianca, il distributore di Brescia che lo ha sempre supporta-



MISSIONE IMPRENDITORIALE

Paolo parla con consapevolezza di comunicazione e strategia: la prima sviluppata con uno studio che ha cambiato l'immagine dell'azienda, creando un brand simpatico e di immediata riconoscibilità, riprodotto su qualsiasi prodotto ed elemento, dai punti vendita al furgone delle consegne, dai sacchetti per i prodotti alle scatole per Panettone e Bossolà. Poi lo storytelling, la storia emozionale dell'azienda, un intreccio tra farina e nuove generazioni, la storia dei prodotti, perfettamente raccontata in una nuova idea di packaging, non solo estetico ma anche informativo. Perché il pane, i biscotti, i dolci e tutti i prodotti da forno raccontano soprattutto una cultura, un'idea di condivisione e produzione. Comunicazione come elemento strategico da ritrovare anche nell'evoluzione dell'attività, locali curati e fruibili, il panificio che diventa caffetteria, per poi offrire anche la gastronomia e una selezione di prodotti d'eccellenza italiani, dalla pasta, al vino, dalle conserve al cioccolato.

to. "Oggi un buon fornitore non può limitarsi ad avere un buon prodotto, deve saperlo comunicare e deve garantire una disponibilità di servizio e consulenza continua. Per questo continuo a scegliere Corman per la fornitura del burro, in primis per la tecnica del prodotto, che ha struttura, plasticità e facilità di utilizzo - penso al nuovo prodotto Express, già pronto all'uso per sfogliare - ma soprattutto per il supporto che l'azienda sa fornire, un consulente dedicato e la conoscenza più che approfondita del mercato e dei suoi prodotti". Così la filiera trova compimento, la materia prima di qualità e con qualità impiegata arriva al cliente che ne potrà meglio apprezzare le caratteristiche grazie a un prodotto presentato in maniera eccellente. ()