

**El pannier es la nueva figura que entiende y cuida del pan. Es quien garantiza que éste llegue a los comensales en las condiciones de calidad, presentación y aroma más adecuadas**

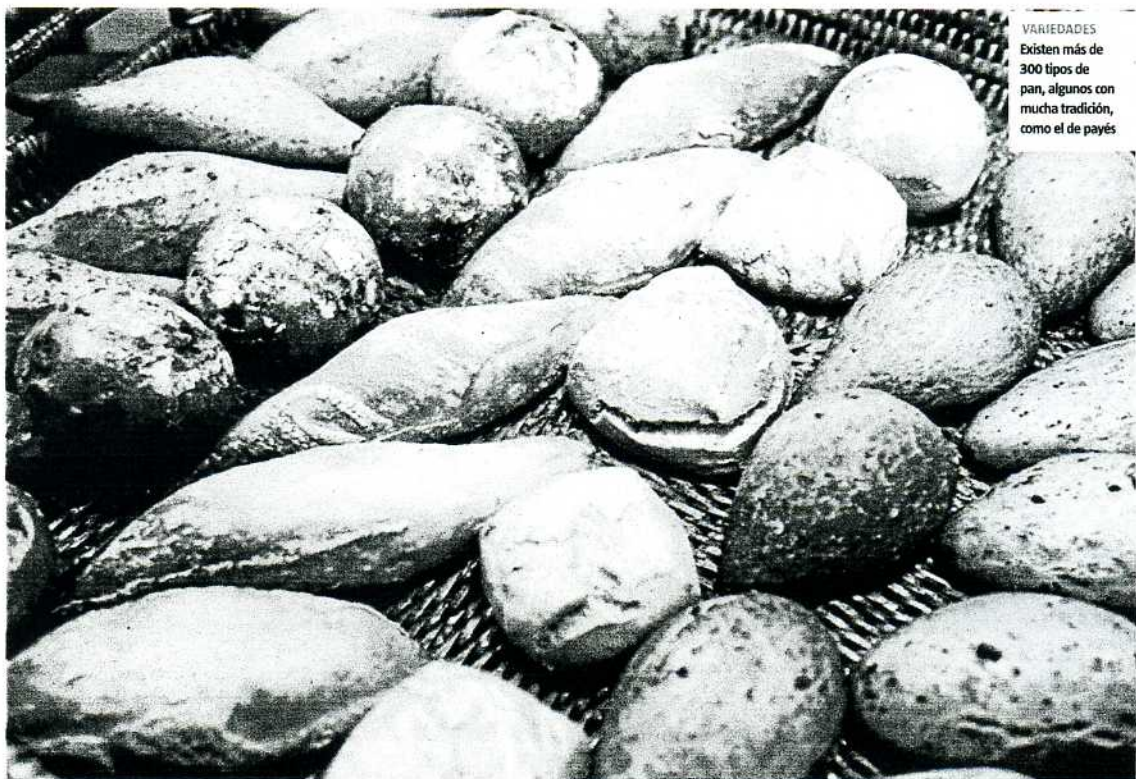
ESTEBAN HERNÁNDEZ

**H**ay que poner el pan en valor, ya que es un producto común en nuestras mesas y uno de los más básicos de nuestra dieta, pero al que se concede un lugar muy secundario en el consumo gastronómico. Para Francesc Altarriba, empresario del sector y asesor, mientras la mayoría de los alimentos han evolucionado en diseño, en presentación y en conservación, se está sacando muy poco partido al pan. En un sentido, al ser un producto barato, no está suficientemente considerado; en otro, tampoco se aprovecha todo su potencial gastronómico porque "no sabemos cómo tratarlo y cómo transformarlo. Hay excepciones, hay gente bien preparada, pero no es la tendencia general". Para invertir esa situación, Altarriba ha inventado la figura del *pannier*, un profesional especializado en elegir, tratar y conservar el pan.

**A la mesa en condiciones**  
Hasta ahora, hemos pensado en el pan desde la producción, buscando formas de fabricar un buen producto que contase con la calidad necesaria. Pero una vez que hemos conseguido ese objetivo ("lo que hoy es muy frecuente", asegura Altarriba) no sabemos dar el siguiente paso, el de conseguir que llegue en óptimas condiciones a la mesa.

Ahí es donde la figura del *pannier* cobra su sentido, pues será el encargado no sólo de cuidar la calidad y de mantenerlo en perfecto estado de conservación, sino que habrá de combinar sus variedades para el disfrute del consumidor. Será el encargado de decidir los tipos de pan que debe utilizar el restaurante de acuerdo con las características del menú que sirve y basará su selección en criterios sensoriales semejantes a los que emplea el sumiller a la hora de elegir los vinos para la bodega de un restaurante, teniendo en cuenta el aspecto, el aroma, la textura y el gusto del pan.

**La cultura del pan**  
Hostelco ofrecerá una serie de conferencias, bajo el lema "Rentabilicemos el negocio, creemos cultura del pan", en las que se abordarán los requisitos y la formación con que debe contar ese nuevo experto, el *pannier*, y en las que, a partir de una serie de errores comunes a la hora de trabajar el pan, se señalarán las diferentes formas en que el producto puede ser puesto en valor. "Todos tenemos la experiencia de haber asistido a banquetes en los que, antes de que lleguen los invitados, ya está el pan puesto en la mesa. Lo cual no sólo es negativo desde el punto de vista de la conservación, sino que revela una concepción bastante pobre, en tanto se está



VARIEDADES  
Existen más de 300 tipos de pan, algunos con mucha tradición, como el de payés

FOTOS: MANEL ANTOLI

# Nace el *pannier*, el asesor experto en pan

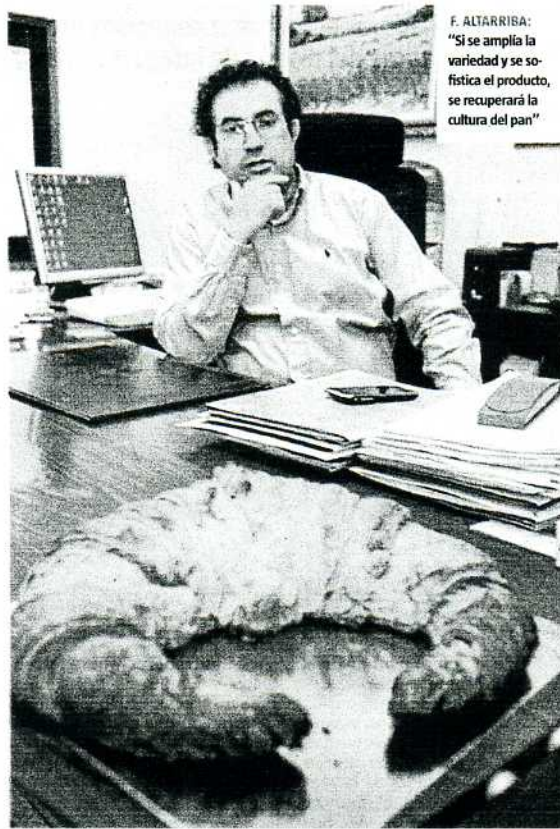
## CAMBIO DE MENTALIDAD.

"Un cocinero se preocupa si el cliente devuelve el plato, pero si devuelve el pan nadie le presta atención"

## PONER EN VALOR.

Hostelco 2010 organiza conferencias para mostrar diferentes formas de dar valor al pan

**ELECCIÓN.** El *pannier* decide los tipos de pan según el menú, y basa su elección en criterios sensoriales, como el sumiller



F. ALTARRIBA:  
"Si se amplía la variedad y se sofistic el producto, se recuperará la cultura del pan"

utilizando como si fuera un elemento de decoración. Si no es esa la intención, no tiene ningún sentido sacarlo hasta que no lleguen los alimentos". Con este ejemplo Altarriba quiere señalar hasta qué punto no tenemos en cuenta, de manera en muchas ocasiones inconsciente, el valor añadido que el pan puede aportar: "Del mismo modo que no se descorcha una botella de cava horas antes de beberla, tampoco tiene sentido gastar en un buen pan para luego no conservarlo correctamente".

**Un alimento universal**  
El pan es un alimento universal, recuerda Altarriba, que se halla en todos los menús y que nos aporta gran cantidad de beneficios nutricionales. En España se consumen en la actualidad 37 kilos de pan por persona y año, mientras que el 2002 el consumo alcanzaba los 50 kilos. Ampliar la variedad y la sofisticación del producto puede servir para recuperar la cultura del pan y para relanzar su popularidad. Y además, para incrementar los beneficios: "cuando cuentas con un producto excelente, siempre hay oportunidades de negocio. Y así además sabes cómo tratarlo, la rentabilidad va a ser notable".

Lo único que hay que hacer es cambiar de mentalidad: "Un cocinero se preocupa si el cliente devuelve el plato, pero si se devuelve el pan nadie le presta demasiada atención".