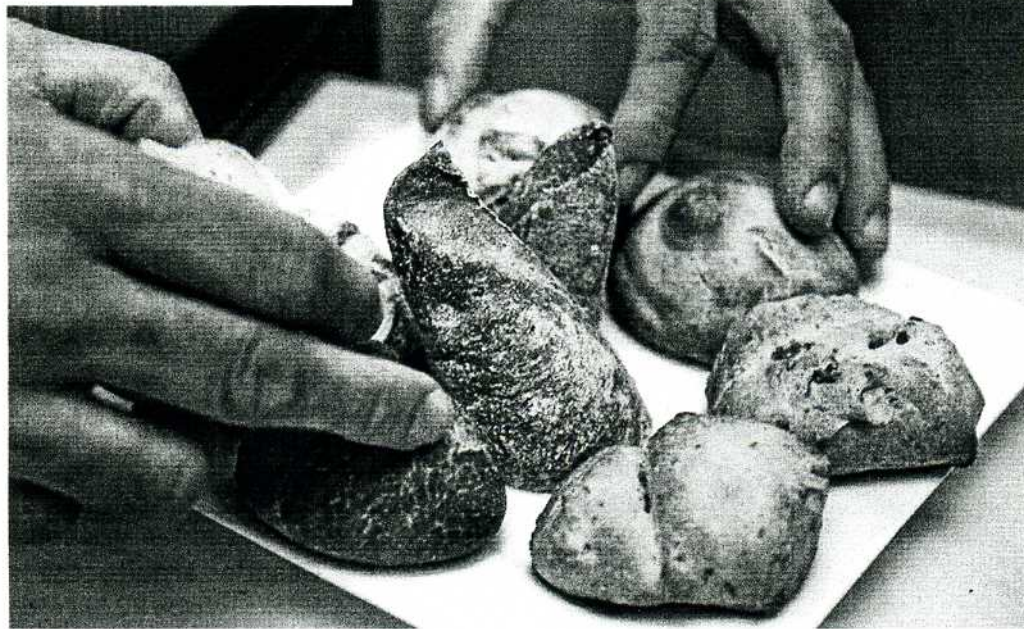
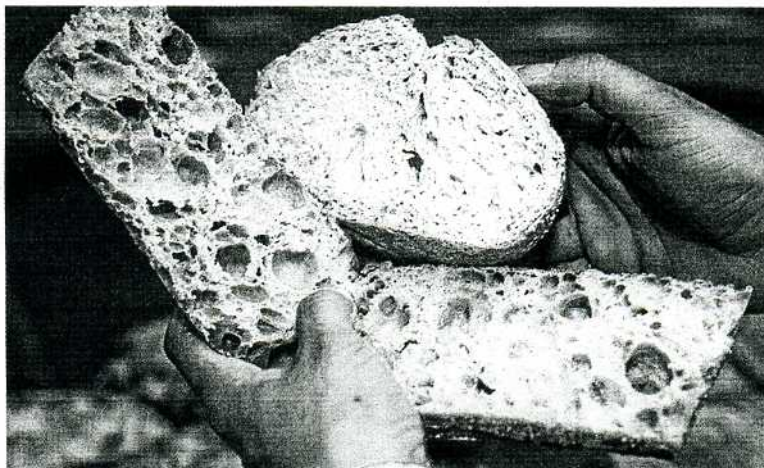
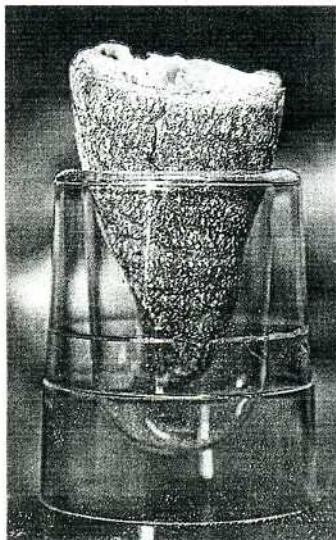


PAN



Los diferentes tipos de panes y sus posibles combinaciones serán objeto de estudio. / EL MUNDO

sultor y experto del sector estrechamente ligado a la panadería y director de la empresa Bon Blat, una de las primeras firmas dedicadas a la investigación y el desarrollo de productos derivados de la harina.

«¿Acaso cuando uno viaja a París, Nueva York o Moscú y pide una bebida de cola no se presenta en un vaso de cristal con hielo? Existe una larga lista de comidas y bebidas que gozan de una presentación estándar independientemente del lugar donde nos encontremos, ya sea por tradición o mera lógica. Precisamente, a esto mismo se refiere Altarriba cuando habla de la necesidad de homogeneizar internacionalmente el pan en los locales de restauración.

«Si se trata de un elemento decorativo para la mesa, entonces no hay nada más que añadir. Sin embargo, si se trata de un producto alimenticio, sí que estas propuestas deberían contemplarse seriamente para potenciar el consumo adecuado del pan», añade Altarriba abriendo el debate existente acerca de si el pan es realmente un producto al que se le otorga la importancia que realmente se merece.

Otro elemento a tener en cuenta gira en torno a la calidad ac-

«Muchas veces culpamos al mercado de no ofertar un buen pan, pero el verdadero problema es que no sabemos tratarlo»

tual de los panes. Los consumidores, con tal de ahorrarse unos céntimos, recurren a productos cuya calidad deja bastante que desear. Esta *resignación* económica —el hecho de no exigir algo de mayor calidad aún estando fácilmente al alcance de todos— ha desembocado, asimismo, en la falta de exigencia del consumidor final, que se conforma con poca cosa. Los precios de saldo que pueden encontrarse en diversas cadenas de supermercados y en los mercados han provocado que el grado de satisfacción venga dado por esta considerable reducción en la calidad de los panes que millones de personas consumen a diario.

«Todos los panes tienen una vida útil limitada y acaban resintiéndose. Un ejemplo puede hallarse en los convites, donde el pan está colocado sobre la mesa horas antes de que los comensales se sienten a comer. Con la figura de un experto como el *pannier* esta situación no volvería a darse y tanto el producto como los consumidores saldrían ganando se mire por donde se mire», comenta Altarriba.

El consultor imparte la ponencia *Rentabilicemos el negocio; creemos cultura de pan* durante hoy y mañana, una de las actividades más destacadas de la presente edición de Hostelco sobre un tema que, en cualquier caso, nos afecta a todos.

El 'pannier' busca su lugar en la mesa

Al igual que los sumilleres, estos profesionales tienen cada vez más prestigio internacional

SERGIO DEL AMO

El consultor Francesc Altarriba propone pensar la presentación del pan desde otro ángulo. Para ello, apuesta por la figura de un especialista, el *pannier*, el profesional responsable de decidir el mejor tipo de pan para acompañar a cada plato.

ro este alimento de amplio valor energético está considerado hoy día un simple refuerzo para los platos de los comensales. El salón Hostelco —que en cada nueva edición intenta solventar numerosos interrogantes acerca de los problemas en el sector— presta especial atención este año a una nueva figura que cambiaría la concepción que se tiene ahora sobre la manipulación y el servicio del pan: el *pannier*.

En dicho término está implícita una figura homóloga a la del sumiller, en este caso en el ámbito panadero. Este novedoso cargo lo ocupa la persona que atiende y cuida el pan, quien ga-

rantiza en todo momento que llegue al comensal en las condiciones de calidad, presentación y aroma adecuados dependiendo del plato que se consume. De momento, la aparición en los restaurantes de este especialista es tan sólo una propuesta, pero no nos debería extrañar que en breve el *pannier* se convierta en un profesional más en restaurante y hoteles.

Cambiar esta realidad no es una tarea tan difícil como puede parecer a primeras. Con el simple hecho de sacar el pan de las cocinas y cederlo al equipo de sala —que se encargaría de su manipulación y presentación—, ade-

más de confeccionar un método de trabajo que permita trasladar este producto al *office* de servicio, se solventarían la mayoría de las reivindicaciones que los expertos reclaman a la hora de defender este producto.

«Muchas veces culpamos al mercado de no ofertar un buen pan, pero el verdadero problema es que no sabemos tratarlo. Nos falta un método que garantice un riguroso proceso de tratamiento de este producto en la restauración y que pueda integrarse en una metodología clásica de trabajo igual en todo el mundo», opina el creador del concepto *pannier*, Francesc Altarriba, con-

Pocos son aquellos que se privan de acompañar sus comidas con un trozo de pan. Pe-