

Bakery, che passione! Un panificatore pugliese spiega perché oggi dal pane vogliamo molto di più

10 Giugno 2026



BARI – Era il 2022 quando **Massimiliano Leonetti**, assieme a suo fratello **Davide**, apriva le porte di Dama. Un progetto di bakery di quartiere che scavalla la provincia e arriva in città.

In Puglia, dove il panificio è una questione di quartiere, la bakery si insedia come novità e diventa attrattiva per chi, incantato dal profumo di pane, non si ferma più alla classica forma, e vuole sperimentare nuovi sapori, oppure un croissant o un dolcino, accompagnandolo al caffè o a un drink.

Su questo pubblico Massimiliano ha voluto tarare il suo lavoro, rendendo possibile uscire dalla tradizione del classico panificio così come lo conosciamo, dando al pane la dignità che merita.

“Sento di essere una congiunzione tra le due fasi di trasformazione ed evoluzione della

panificazione. Nasco in un panificio convenzionale di famiglia, iniziando a fare pane nel 2005 - afferma Massimiliano - Dama è l'evoluzione, infatti non si concentra solo sul pane e lo dico perché in 20 anni ho visto cambiare le persone e le loro abitudini a tavola. Il pane oggi, non si consuma più quotidianamente. Cambiano anche le nostre giornate tipo e con una gdo che propone lievitati a prezzi competitivi, il panificio tradizionale non monetizza più, quindi bisogna cambiarlo".



Secondo Massimiliano la bakery riempie proprio in questo vuoto e non è un vezzo, o un modo per imitare un modello estero che non ci appartiene.

“Il pane lo si usa in maniera consapevole, allora il business si è reinventato per essere sostenibile, allo stesso tempo questa cosa ha giovato al pane stesso. Prima lo si comprava per inerzia, oggi c'è una fetta di mercato attenta a ciò che mangia. I clienti vogliono sapere com'è fatto ogni pane speciale, la filiera, e questo rende meno onore a noi sotto l'aspetto economico e anche alla ricerca che si compie. Il panificatore è a tutti gli effetti un artista, proprio come uno chef o un pasticciere, considerando che oggi tutti si cimentano nell'arte bianca. Lo vediamo nell'alta ristorazione con la carta dei pani”.

Tutti parlano di bakery, ma a volte è solo facciata. Una vera bakery invece, è il frutto di ricerca che va dalle farine speciali che compongono il pane, prodotti da forno, ma anche beverage.

Molto importante è oggi parlare di caffè, snack salati come croissant farciti, crackers, focacce se siamo in Puglia, come dice Massimiliano: “La bakery deve sapere soddisfare ogni fascia oraria, da mattina a sera”.

Anche se non c'è parcheggio, a volte dato importante per chi si ferma per una pausa al volo. Questo è uno dei punti su cui Massimiliano ha ceduto, andando in pieno centro a Bari.



“La mia è stata una scelta chiara. Voglio portare a Bari il concetto del forno di quartiere, non solo raccontandolo ai local, anche ai turisti che giungono per visitare la città. Ho voluto aprire in centro, nel quartiere murattiano per la precisione, rilevando un locale che veniva da ben quattro attività fallite. Il brand Dama si è posizionato conquistando prima la fiducia dei local, di chi ci abita, facendo delle azioni volte alla pulizia di quartiere, dimostrando che ci si può fidare, offrendo il meglio del nostro lavoro che ci è valso tante energie economiche e fisiche. Abbiamo scelto la nostra clientela che a sua volta ci ha scelto. Oggi giungono anche da fuori Bari per assaggiare un nostro prodotto, ogni giorno della settimana”.

Sì, perché ogni giorno la bakery deve offrire sempre qualcosa di diverso.

“Organizzazione è la parola d’ordine – continua Massimiliano – ma serve anche organizzarsi dal punto di vista commerciale, perché si può essere buoni artigiani, ma è necessario essere anche dei buoni venditori per trasmetterne il valore al cliente. Chi lavora con noi viene prima formato perché deve sapere cosa sta vendendo al cliente e quali sono i punti forti che lo convinceranno a comprarlo, quindi bisogna saper fare l’imprenditore. Serve anche dare informazioni sulle proprietà nutraceutiche del prodotto che si vende. Il cliente medio è più attento e preparato”.

Ecco come per Dama è necessario avere all’attivo varie tipologie e un calendario che alterna i pani durante la settimana, in modo da incuriosire i clienti che cercano le chicche.

“Pianificare per differenziare, comunicare bene tanto da vendere il pane non alla giornata e con un punto interrogativo, bensì su prenotazione. Basta una foto sui social e il cliente è già rapito. Se non troverà ciò che vuole ci sarà l’attesa per la prossima sfornata. Un hype necessario che crea anche maggior piacere nel consumo”.



Artigiani e anche buoni imprenditori, questo è il binomio che rende la bakery un caso di successo. “Non è solo fare ciò che ami, ma anche pensare alla funzionalità di ogni prodotto”.

Su questo assunto Massimiliano ha costruito il suo successo che gli vale menzioni nelle guide nazionali blasonate, premi nelle competizioni regionali e non solo. Dama è un’idea che su carta e in realtà ha funzionato, e che si avvia a diventare ancor più fruibile a tutti.

“Vorrei creare un laboratorio che mi permetta di soddisfare diverse realtà ristorative affini alla mia filosofia. Due anni fa avrei pensato ad aprire altre sedi di Dama, ma oggi voglio fornire il mio prodotto a chi cerca l’alta qualità. Vorrei fare tanto, come aprire una pizzeria d’esperienza, poiché sto ampliando lo sguardo sul mondo dei lievitati. Ogni cosa però, a suo tempo”.

Per il momento Dama si mette in testa alle bakery d’alta Puglia tracciando un percorso di eccellenza in cui non è il nome a fare la differenza, bensì i fatti.

