

INCHIESTA LA GELATERIA IDEALE

di Cristina M. Palumbo



Arredamento d'atmosfera

Finita l'epoca dei punti vendita troppo freddi e tutti uguali, la gelateria diventa boutique: luci e colori caratterizzano l'ambiente indirizzando l'attenzione sulla vetrina, concetto da cui partire per la progettazione del locale.

Tecnologia ed estetica, praticità e bellezza. L'arredamento della gelateria ideale deve saper combinare magistralmente questi aspetti per riuscire ad accogliere il cliente in modo da metterlo a proprio agio, facendolo incuriosire e, soprattutto, ingolosire.

"Innanzitutto" chiarisce Roberto Borocci, designer e progettista che collabora con importanti aziende del settore "bisogna fare una distinzione fondamentale tra una gelateria con produzione propria e una semplice gelateria commerciale. La prima deve mettere in assoluto risalto la qualità artigianale e la genuinità del proprio prodotto, mentre chi ha scelto un'impostazione commerciale punta più alla grande esposizione.

In pratica, l'artigiano può anche optare per una conservazione sul banco, nelle tradizionali carapine a pozzetto, proprio con l'obiettivo di garantire e rappresentare il legame con

la tradizione; oppure, secondo le più recenti tendenze, predisporre postazioni di 'work gelato' dove il gelatiere diventa il vero protagonista trasformandosi in chef e preparando il prodotto a vista. Per completare l'opera, in questo caso si prediligono ambienti accoglienti, ideali per la sosta e la consumazione sul posto, che suscitano maggiori stimoli alla degustazione.

D'altra parte, il mondo del gelato rimane anche legato all'impulso e al consumo veloce, quindi al take away. Un'impostazione più commerciale - particolarmente adatta a grandi aree di transito pedonale come i centri commerciali - non presuppone la necessità di grandi spazi dedicati al pubblico, mentre si rende necessaria massima visibilità, senza barriere con il fruitore".



Il parere degli esperti

Guido Benedetti, architetto, product manager di arredamenti industriali e complementi d'arredo, Industrieifi

"Attualmente in gelateria la tendenza indica di uscire dagli standard, la tradizione viene superata da soluzioni alternative e ciò è vero in primo luogo per le vetrine. Per anni, e sino a poco tempo fa, queste erano caratterizzate solo ed esclusivamente da vetri bombati, oggi le forme cambiano

foto Industrieifi

e offrono la possibilità di esprimersi, di proporre qualcosa di nuovo. Innovazione che deve però sempre essere coniugata con funzionalità. Per esempio, l'abbassamento del castello-vetri ha uno scopo preciso, cioè eliminare barriere fisiche tra gelatiere e consumatore.

La scelta della vetrina deve essere anche compiuta in base alla tecnologia che la caratterizza, ricordando che la soluzione ideale è quella che permette di mantenere uniformità di temperatura per garantire un'ottima conservazione del gelato.

In questo momento si pone giustamente grande attenzione alla luce, a forme d'illuminazione innovative, dove i led svolgono un ruolo da protagonista. A questo aspetto è direttamente correlata l'impostazione del locale: il posizionamento di cartongessi, per esempio, può offrire supporti alle luci per contribuire a movimentare l'ambiente e renderlo più accogliente.

Per quanto riguarda i colori, sono sempre preferiti il pastello e devo dire che quest'anno hanno riscosso particolare apprezzamento, oltre al bianco, il lilla e il malva".



realizzazione Isa

PROTAGONISTA, LA VETRINA

In una gelateria non servono molti elementi di arredo, l'essenziale è la vetrina. Mentre di seguito alcuni responsabili di importanti aziende raccontano la propria proposta in termini di prodotto, Roberto Borocci suggerisce di riflettere sulla posizione delle vetrine espositive stesse.

"La collocazione è fondamentale per il successo di una gelateria: è importante donare la maggior visibilità possibile al prodotto. Un'idea: in alcuni casi potrebbe essere possibile - perché no? - affacciarsi sul marciapiedi. Credo che lo sforzo di un progettista debba essere quello di cucire addosso al gelatiere un ambiente che lo rappresenti, lo faccia lavorare bene e che possa anche rispondere proprio alle esigenze non espresse, ma assolutamente reali, del cliente finale".

"Attualmente" dichiara l'architetto Cinzia Ceccconi "il mercato offre una vasta gamma di

prodotti tra cui scegliere: prima di tutto è importante definire quale sia la tecnologia del freddo maggiormente confacente al proprio prodotto, poi andrebbero privilegiate forme nuove, alternative alla classica configurazione a vetro convesso, prediligendo ove possibile l'illuminazione interna a led".

L'AMBIENTE COMUNICA

"Un progetto di successo" continua Roberto Borocci "andrà oltre il lavoro di interior design, trasformandosi in un vero progetto di comunicazione".

Se la vetrina ha un ruolo essenziale per trasmettere la qualità del prodotto, Alberto Cagol di Isa fa notare che la genuinità si trasmette anche prevedendo uno spazio per informare il consumatore indicando ingredienti, calorie eccetera e mostrando le fasi di preparazione, con video oppure direttamente grazie a un laboratorio a vista.

Visibilità al prodotto, tecnologia all'avanguardia, linee di design

Inoltre può essere utile ampliare la gamma formati; in questo senso risulta funzionale un armadio professionale a elevata capienza dove esporre torte, semifreddi e allo stesso tempo coppe esemplificative che aiutino il cliente nella scelta. Lo stesso utilizzo dei materiali - come si leggerà qui di seguito - a detta degli operatori è in grado di esprimere l'attenzione all'igiene e cura del prodotto.

"È necessario inoltre" prosegue Alberto Cagol

Approfondimento

La parola alle aziende

Federico Malizia
presidente Ciam

"La vetrina deve riuscire a far assaporare il gelato dall'esterno. Ciam punta su alcuni elementi fondamentali: ottima distribuzione



ne della temperatura in vasca, sbrinamento rapido a inversione di ciclo, unità condensatrice semiermetica (per massima sicurezza meccanica, elettrica e bassi consumi) e infine realizzazione con massima cura dei dettagli e materiali di prima qualità. Inoltre l'illuminazione è sempre più sentita come un elemento sostanziale nell'arredamento, dunque tutti i nostri prodotti possono essere equipaggiati con microplafoniere led oppure Ice Window, la nostra vetrina gelato trasparente con illuminazione perfettamente scenografica e coinvolgente.

Infine, la gelateria è un luogo d'incontro, frequentato da tantissime tipologie di clienti di varia età; bisogna saper diversificare la propria offerta con vetrine e arredi che durante la giornata si trasformano proponendo un'ampia gamma di prodotti".

Giovanni Satanassi
legale rappresentante e Massimo Piazza
responsabile tecnico Safac

"La gelateria ideale deve avere un'immagi-

ne coordinata. Materiali come legno o vetro acidato devono essere accostati ai tecnologici e alle resine industriali per un effetto designer mosaico. L'illuminazione deve risultare scenografica, la tendenza è di utilizzare colori caldi.

A prescindere dallo stile, tecnicamente il banco di esposizione e vendita deve offrire le seguenti caratteristiche: doppia ventilazione; sbrinamento con inversione di ciclo; compressori trifase, possibilmente semiermetici e remoti; temperature differenziate e reversibili per poter variare l'esposizione del prodotto in vasca durante le varie stagioni; visione ottimale dei prodotti esposti.

La gelateria di oggi, e del domani, deve riuscire a trasmettere al cliente finale l'artigianalità, una genuinità priva di grassi idrogenati, additivi, coloranti eccetera; sarebbe consigliabile, per ottenere un gelato asciutto, cremoso e stabile in vetrina, l'utilizzo di una macchina dotata di sistema ionico, in grado di garantire un risultato ottimale nella produzione di gelato".



Space 2 di Ciam.

"che le attrezzature scelte e la loro disposizione facilitino l'attività dell'operatore. Chi è costretto a lavorare in modo disagiato difficilmente riuscirà a trasferire positività al cliente". "Guardando al negozio nel suo insieme" conclude Cinzia Cecconi "bisogna tener presente che purtroppo i locali prodotti in serie vengono ormai percepiti come 'old & cheap' sin dall'inizio".

LUCI E COLORI, PARERI A CONFRONTO

"Non parlerei di tendenza nei colori" afferma Roberto Borocci "diciamo solo che dovremmo smettere di realizzare gelaterie solamente in bianco-azzurro e in fucsia-lilla. Parlerei invece di scelte progettuali che vanno verso forme più razionali, per ricavare ambienti neutri, magari monocromatici, per ottenere minor invasività della tecnologia e al tempo stesso un'esaltazione del prodotto, di nuovo protagonista della scena. Più nello specifico, un'illuminazione all'avanguardia prevede l'uso delle nuove tecnologie led e fibre ottiche, meno impattanti tra l'altro dal punto di vista del calore sprigionato. Ciò significa in pratica un'illuminazione d'ambiente più mirata alla scenografia e all'accoglienza, che riesce a sfruttare le nuove opportunità offerte dalla gestione della luce dinamica".

"Personalmente" racconta Cinzia Cecconi "non uso colori primari, preferisco 'nuance' naturali, usate tono su tono o per contrasto, che richiama il concetto di commestibilità. D'altra parte, trovo che l'illuminazione uniforme e fluorescente sia triste e poco caratteriz-



www.reedbusiness.it



entra nel mondo ...

STARlight!

Il miglior mix per la
produzione di gelato ipocalorico

... dove tutto è più light!

Venite a trovarci al **Sigep**

30° salone internazionale
Gelateria, pasticceria e panificazione artigianali
17-21 gennaio 2009 Rimini
Padiglione A5 - Stand 035



Semilavorati e decorazioni
per gelateria e pasticceria

Viale Italia 166/168 - Canelli (Asti)
Tel. +39.0141.835225 Fax +39.0141.835240
www.nutman-group.com email: info@nutman-group.com



LA GELATERIA IDEALE / Arredamento d'atmosfera



realizzazione Isa

Alberto Gagol
trade marketing manager Isa

“Sono sei le parole che Isa utilizza per identificare i punti di forza di un locale di successo, E-Factor, e su questi fattori ha impostato la strategia delle sei ‘e’. ‘È come efficienza, ossia funzionalità di ogni singolo elemento che compone l’arredamento: dalle vetrine al retrobanco che, oltre a esporre, deve conservare, promuovere, fungere da vero e proprio laboratorio a vista comunicando igiene, pulizia e professionalità. ‘È come ergonomia, per un massimo comfort e per la propria salute e per quella dei dipendenti. ‘È come elasticità, ossia flessibilità nella concezione dell’arredo come sistema aperto per poter sempre compiere piccole modifiche, aggiustamenti, integrazioni. ‘È come economicità (energetica) perché i costi energetici hanno un loro peso soprattutto a fronte di condizioni climatiche che contribuiscono a un crescente consumo. ‘È di environment, in quanto anche l’ambiente è un elemento chiave; ciò significa optare per attrezzature realizzate nel rispetto delle normative ambientali (per esempio schiumatura a CO₂) e scegliere tecnologie che riducono con il loro funzionamento l’impatto ambientale. Infine ‘e’ come estetica. Secondo una nostra indagine, l’85 per cento dei clienti finali intervistati non considera l’estetica determinante ai fini dell’acquisto. Tuttavia, essa riveste un ruolo importante se studiata per focalizzare l’attenzione del consumatore e per creare un piacevole ambiente di lavoro per gli operatori e i clienti?”

Luisa Alini Cereda,
titolare Cereda Anito

“Un neogelatiere, privo in quanto tale di un proprio bagaglio d’esperienza, deve ricercare un arredatore serio e professionale capace di proporre idee accattivanti ma allo stesso tempo funzionali. Deve inoltre porre molta attenzione alla scelta dei materiali, dei colori e dello stile, perché il risultato dell’arredamento deve corrispondere all’immagine che si vuole trasmettere.

A nostro parere ogni locale, oltre a utilizzare il meglio della tecnologia avanzata per quanto



concerne la qualità delle vetrine d’esposizione, deve possedere una speciale atmosfera, personalizzata in modo che possa distinguersi dagli altri locali.

Guardando a domani, crediamo che si debbano dimenticare i locali realizzati in serie, tutti uguali, che risultano banali e di poco valore, per porre attenzione al contesto esterno: per esempio se il locale si trova nella piazza di un importante centro storico dovrà essere arredato con stile ed eleganza, nel rispetto dell’arte che lo circonda, mentre se è posizionato in un centro commerciale si può essere più moderni, aggressivi, high-tech!?”

zante; predilige una tipologia disomogenea, con fasci di luce orientati sui punti di forza del progetto. È possibile distinguersi quando è presente una committenza coraggiosa, disposta a lasciare al progettista la libertà di esprimere nuovi linguaggi senza timore”. Guardando al domani, secondo Roberto Borocci, anche nel mondo del gelato si evidenzieranno appieno le esigenze, espresse o meno, legate ai cosiddetti ‘lifestyle’, mondi di appartenenza. Ma questo è futuro, e noi torniamo al presente con le esperienze degli addetti ai lavori.

L’OPINIONE DEI GELATIERI

Ma cosa ne pensa chi in gelateria lavora tutto il giorno e deve confrontare - e riuscire a soddisfare - le proprie esigenze oltre quelle della clientela?

Barbara Crescio
Fattorepiù, Asti



“Oggiommo un neogelatiere prima di decidere a quale azienda affidarsi dovrebbe cercare di carpire più informazioni possibili attraverso le fiere di settore e, dove possibile, chiedere consigli a chi opera già da diverso



www.reedbusiness.it

EUROGEL

RIDUCE i CONSUMI

Due impianti frigoriferi riducono i consumi del 25%,
può mantecare e produrre con straordinaria rapidità
oppure ottenere un risparmio energetico fino al 50%



Corema
GELATO EQUIPMENT
by TELME

800 666 393 www.telme.it

LA GELATERIA IDEALE / Arredamento d'atmosfera

I titolari della gelateria Adler: da sinistra Fabio Fabbri, Mario Guerra.



Gianluigi Alini
legale rappresentante
Centrogel

"In gelateria le attrezzature è bene siano essenziali, per poter lavorare in modo semplice ma efficace.

Meglio optare per una vetrina luminosa, sempre pulita, che faccia risaltare un prodotto esposto in vaschette ben conservate e curate; ottima la doppia ventilazione che rende la temperatura omogenea.

L'offerta deve essere ampia - dal classico cono al dopocena ai semifreddi - ed è importante la possibilità di differenziare la temperatura. Accanto alle varie macchine tecnologicamente aggiornate, agli armadi frigoriferi e così via, l'arredamento va personalizzato con un rivestimento accattivante, caldo, tenendo conto dei singoli gusti e delle ultime tendenze in fatto di materiali e di colori. Importante riuscire a creare un'atmosfera che metta a proprio agio il cliente".



Pamela Giombini
direttore marketing
operativo
Ifi/Industrieifi
"I clienti desiderano un appagamento sensoriale totale e pre-

stano sempre maggior attenzione all'igiene, selezionando i locali cui concedere la propria fiducia. Ifi ha capito in anticipo questo concetto e l'ha fatto proprio nella linea Platinum Ifi Concept, realizzata in collaborazione con il celebre designer Makio Hasuiki: una nuova filosofia di prodotti fondata su trasparenza, visibilità e accessibilità totali dove l'igiene è testimone della qualità del servizio e dove la trasparenza ha un significato che va al di là della pura bellezza.

Nella proposta Ifi spicca Tonda, che coniuga design e tecnologia: si tratta della prima vetrina gelato rotonda e rotante, una novità dove la massima capacità di esposizione è unita alla perfetta conservazione del gelato grazie al movimento circolare delle vaschette e al sistema di sbrinamento intelligente, calcolato sul tempo effettivo di apertura della vetrina.

Un altro esempio della nostra capacità di rispondere alle esigenze dei gelatieri è quel che offriamo a chi desidera modificare a proprio piacimento l'atmosfera del locale: Ifi propone l'arredo Kaleidos che, grazie al sistema Continuous color change, può cambiare continuamente il colore del fronte e del retro, dato da luce soffusa invece che da pannellature".



La tonda di Industrieifi.

www.reedbusiness.it

tempo. L'arredamento, le vetrine e di conseguenza i materiali devono offrire garanzie per quanto riguarda prestazioni, durata e facilità di manutenzione e pulizia.

Nel locale vendita, oltre ad avere buone vetrine con temperature 'reali' (uguali a quelle indicate sul display), sarebbe necessario disporre di un retro banco spazioso dove poter effettuare i vari tipi di lavorazione: una zona esclusiva per granitori, frullini e frullatori, preparazione coppe e smistamento ordini, confezionamento vaschette o vassoi. Non ultimo, il locale e di conseguenza l'arredamento devono a mio parere dare un senso di benessere al primo impatto. Luci e colori



Sopra a sinistra: la gelateria De Pellegrin di Lignano Pineta. A destra: la famiglia Boso, titolare a Thiene de La fabbrica del gelato.

sono fondamentali, una gelateria con luci soffuse o spente e colori smorti non attrarrà mai un cliente; la tendenza è creare locali illuminati, con colori luminosi che invitino il cliente a entrare anche solo per curiosità. Lampadari dalle mille forme geometriche, faretti con lampade a basso consumo, tubi luminosi, colori caldi alle pareti: ci sono mille possibili soluzioni. No, a mio parere, a lampade alogene; durano pochissimo in termini di ore e costano uno sproposito rispetto al risultato".

Mario Guerra
gelateria Adler, Riccione

"Innanzitutto l'esposizione del gelato: deve essere ottimale, bisogna fare colpo sul cliente partendo dalla consapevolezza che il proprio prodotto è all'altezza della situazione. La nostra vetrina è enorme, arriva a contenere 70 gusti, ha 4 motori e 4 temperature; un modello che permette di presentare sia gelati sia semifreddi, preparati d'asporto e allo stesso tempo assicura che il nostro gelato artigianale, senza zucchero e senza glutine, si conserva sempre in ottime condizioni.

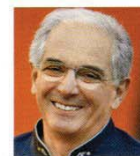
Abbiamo prediletto l'acciaio per il banco e possiamo contare su un'importante illuminazione che valorizza l'intero ambiente, dominato da colori chiari, con pavimento in marmo, tavolini e sedie bianche. Il nostro locale è caratterizzato da una vetrata molto bella, che d'inverno

separa la saletta interna dalla grande terrazza che d'estate fa tutt'uno con il negozio".

Giorgio De Pellegrin
gelateria De Pellegrin,
Lignano Pineta
(Udine)

"Non ci si può semplicemente affidare a un architetto, è il gelatiere che sa cosa gli serve e deve perciò indicare le proprie esigenze: per esempio una struttura davvero semplice da pulire e funzionale, per poter lavorare comodamente. La scelta dei colori è soggettiva, credo che per località al mare siano più adeguati colori chiari, per la montagna il caso è diverso. Personalmente apprezzo le tonalità pastello ma credo che la scelta di un colore deciso e in contrasto possa generare interesse. L'importante è non seguire troppo la moda per poi ritrovarsi con un ambiente 'superato'.

L'illuminazione è essenziale per richiamare l'attenzione, e ciò vale per la vetrina che deve essere molto luminosa per mettere in risalto il prodotto. In questo senso ci sono interessanti novità, come la vetrina che compie un movimento rotatorio attorno a un'asse orizzontale offrendo agli occhi dei clienti le diverse vaschette di gelato e, in pratica, più gusti in meno spazio!".



Giorgio Boso
La fabbrica del gelato, Thiene (Vicenza)

"Il mio negozio ha un anno di vita, ma ho messo a frutto l'esperienza - trentennale di pasticceria - che credo sia importante per la riuscita di un'attività. Semplicità, massima esposizione, visibilità: sono aspetti importanti da considerare nel momento in cui si sceglie una vetrina. I prodotti devono risultare visibili per tutti, bambini compresi; il cliente deve sentirsi 'in mezzo' al gelato. La vetrina deve essere facile da pulire e disinfettare quotidianamente e ciò è più semplice utilizzando ripiani lisci, senza angoli. Imprescindibile è anche la tecnologia, che si esprime chiaramente nella vetrina: nel mio caso, per esempio, permette varie temperature per la conservazione di diverse tipologie di prodotti.

Tutto, all'interno di un negozio, deve comunicare qualcosa: con l'acciaio si evidenziano pulizia; luci e colori - nel mio locale tendenti al bianco-crema - contribuiscono a donare calore. E un importante ruolo hanno anche i vari arredi: le sedie che ho scelto sono di design molto semplici ma di sicuro effetto".



www.reedbusiness.it

Il Gelatiere Italiano - Gennaio 2008 55