

□ locali / case history



Roberto La Vista prepara l'esposizione dei gelati su stecco, specialità delle Officine del Gelato di Milano



bargiornale settembre 10

10

www.ecostampa.it

076493

*Il 40% delle vendite di gelato è concentrato in estate. A Milano, le Officine del Gelato provano a smentire il dato con una proposta camaleontica. Dall'intramontabile mottarello alla pasticceria gelato*

di Rossella De Stefano foto di MilanoForward

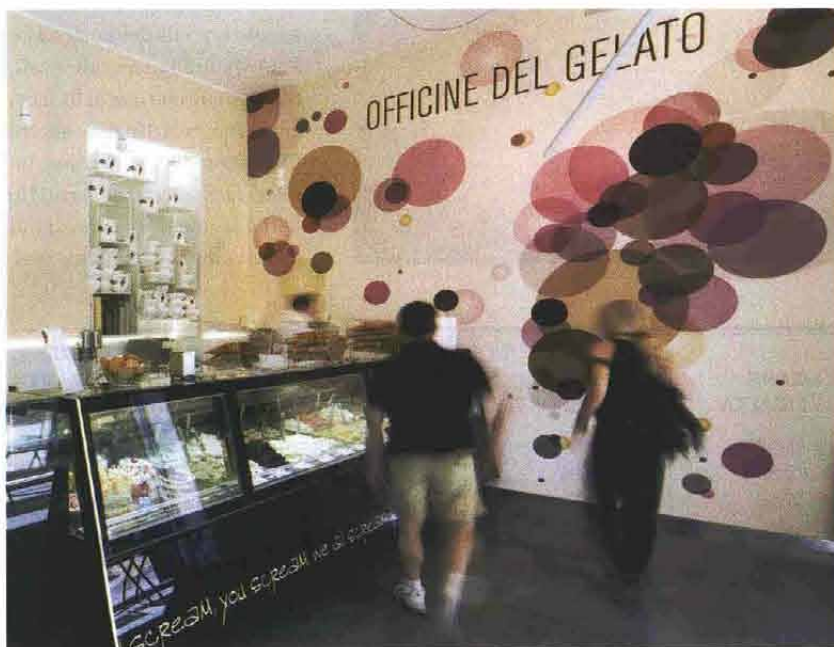
**R**aramente in queste pagine ci occupiamo di locali in fase di rodaggio. Abbiamo deciso di fare un'eccezione per le Officine del Gelato, inaugurato lo scorso giugno in viale Montenero, vicino ai locali di un antico laboratorio che negli anni '30 e '40 produceva gelato per i carretti che giravano per le strade di Milano. Il motivo di questo strappo alla regola è presto detto. Per una volta non vogliamo ragionare su un modello di business (ci auspichiamo lo diventi) e metterne in evidenza i valori, ma dare spazio alle idee di un imprenditore lungimirante, Carlo Pasqualini, senior

manager di una società svizzera che nulla a che vedere con il mondo dell'ospitalità, coadiuvato per la realizzazione del progetto da un giovane laureato in economia del turismo, Roberto La Vista, e da uno staff di consulenti che fanno capo al Gruppo Astori di Gorle (Bg).

«Creare un locale in grado di funzionare tutto l'anno - rivela Pasqualini -, questa la nostra ambizione. **Con una proposta camaleontica, secondo la stagione: a comincia-**

**re da granite e stecchi alla frutta, quando la canicola milanese diventa insopportabile, per proporre poi mottarelli e pralineria per la stagione invernale.** Stesso discorso per la pasticceria di gelato. L'offerta sarà declinata in torte gelato, semifreddi, praline tipo "bomboniere", escludendo ovviamente i prodotti da forno». Un'ambizione non da poco, con-

A tutta parete il logo del locale milanese, che fa capolino anche sui contenitori per l'asporto. All'insegna dell'immagine coordinata



#### IDENTIKIT

**Officine del Gelato**  
Viale Montenero - Milano  
officinedelgelato.com

**Tipologia**  
Gelateria

**Investimento per start up**  
circa 300mila euro

**Addetti**  
4 alla vendita

**N. scontrini medio**  
350

**Prezzo al chilo**  
19 euro

□ locali / case history

siderato che il 40% delle vendite di una gelateria è concentrato in estate e il resto dell'anno si sonnecchia. «Senza compromessi sulla qualità», ci tiene a precisare Pasqualini. Non a caso il motto della gelateria che campeggia sulla bella vetrina è la celebre frase di Roberto Benigni nel film *Daunbailò*: "I scream, you scream, we all scream for ice cream" (tradotto letteralmente: io urlo, tu urli, noi tutti urliamo per il gelato).



### Ingredienti selezionati

A dire il vero quello del gelato di qualità è un mood che in molti (forse troppi) hanno deciso di cavalcare, tanto che Cna Alimentare e Confartigianato Gelatieri hanno creato una certificazione ad hoc (vedi box a pagina 14). Nel caso delle Officine del Gelato, non sappiamo se il pistacchio utilizzato provenga da Bronte o meno, ma l'attenzione alla selezione delle materie prime è qualcosa che chiunque può toccare con mano: basta dare un occhio al laboratorio a vista dove fanno bella mostra di sé le cassette di frutta fresca e i tetrapak della Centrale del Latte di Milano.

**Cerchiamo di privilegiare la filiera corta: così il latte ci arriva dalla Centrale del Latte di Milano**



«Di più. L'acqua è un esempio di come continuo i dettagli. Spesso sottovalutata, la qualità dell'acqua è uno dei segreti per la produzione di un buon gelato ed è per questo che abbiamo deciso di installare nel laboratorio un sistema di depurazione», aggiunge Pasqualini, che non ha lesinato nulla in termini di attrezzature. Tra mantecatori, abbattitori e compagnia bella, l'investimento si è aggirato intorno ai 300mila euro, quando in media può variare da 100.000 a 130.000 euro.

### Un format replicabile

«Volevamo metter giù basi solide affinché il business potesse decollare senza timori. Ma soprattutto dare modo ai nostri maestri gelatieri di approntare una solida offerta e poi replicare il concept altrove, garantendo lo stesso livello di qualità. L'idea da cui intendo trarre spunto è quella della catena Le Pain Quotidien: piccoli locali, tutti uguali, con una bella luce, cibo sano, centrifughe e succhi di frutta pieni di vitamine, taglieri riccamente assortiti, le œuf à la coque e i filoncini di pane come da bambini, waf-

## COME LAVORARE 12 MESI

### DAL GHIACCIOLO AL MOTTARELLO

*Frutta su stecco per l'estate e spazio al gelato alla crema con coperture "espresso" quando la morsa del caldo si allenta.*

### SAPER OSARE CON LA FRUTTA

*Al banco in estate fanno capolino i frutti tropicali: goiaba, papaya, açai. Nella stagione più fredda si può puntare su marron glacé, cachi ecc.*

### IL BICCHIERINO PER L'ASPORTO

*Le monoporzioni in bicchiere lasciano spazio alla creatività del gelatiere. Da arricchire con basi di pan di Spagna in inverno.*

### STUPIRE CON LE SPECIALITÀ

*Dalla granita alla cioccolata calda da passeggio. Fondamentale una buona esposizione che metta ben in evidenza la proposta.*

### NON IGNORARE LA PASTICCERIA

*L'offerta della pasticceria di gelato si può declinare in torte gelato, semifreddi e praline al gelato. Al bando i prodotti da forno.*

## □ locali / case history

fels... Tutto di ottima qualità, la stessa in ogni punto vendita anche grazie a continue ispezioni a sorpresa».

Al momento in cui andiamo in stampa i numeri sembrano dare ragione a Pasqualini: a un mese dall'inaugurazione sono circa 350 i clienti giornalieri, 66 i litri di latte consumati, 75 i chilogrammi di gelato prodotti. In termini di vendita, la performance migliore spetta ai cono, circa 200 al giorno. «In realtà piace anche l'idea del ghiacciolo - testimonia La Vista, con un pizzico di orgoglio -. Non è

tuttavia un prodotto facile da vendere. Perché non si tratta di semplici ghiaccioli, quelli a cui ormai il nostro palato è abituato, ma di veri e propri frullati di frutta con lo stecco in mezzo (siamo intorno al 65-70% di frutta), con un forte impatto gustativo. Così, per esempio, per gli agrumi ho dovuto modificare la ricetta base per ammorbidirne un po' il gusto».

A La Vista piace sperimentare, mettersi in gioco, pensare al pubblico più giovane. Sono nati così i gelati su stecco Gin lemon oppure pompelmo rosa e Campari per un aperitivo alternativo.



Sopra, Roberto La Vista (al centro) con gli addetti alla vendita: personale qualificato è fondamentale per la vendita di specialità e prodotti originali

## ARTIGIANI CERTIFICATI

Nasce Artigelato, il marchio collettivo di garanzia del Gelato Artigianale Tradizionale, creato da Cna Alimentare e Confartigianato Gelatieri. L'attribuzione del marchio è subordinato all'adozione, da parte del gelatiere artigiano, di un disciplinare di produzione incentrato sull'utilizzo di materie prime fresche e l'assenza di conservanti, additivi artificiali e ogm. Il rispetto delle condizioni dettate dal disciplinare è oggetto di verifica da parte di un ente terzo di certificazione - il Csqa - sulla base di un preciso piano di controlli. Il costo della certificazione è legato a un tariffario concordato con le due associazioni. Saranno tuttavia le sedi territoriali a decidere autonomamente se prevedere il costo del servizio (da 300 a 550 euro per il primo anno, secondo il numero di gelaterie certificate sul territorio). Per quanto riguarda i costi di concessione d'uso del marchio si parla di 50 euro.



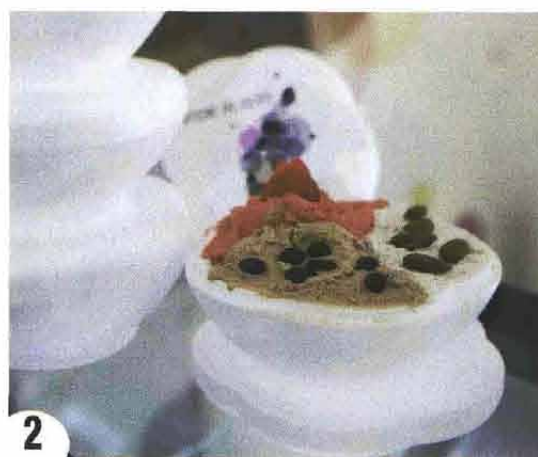
## Un trionfo di frutta

Anche al banco non mancano le sorprese. I cioccolati, realizzati con cacao olandese e cioccolato peruviano e dominicano, e i gusti frutta la fanno da padrone, «ma a rotazione mi piace inserire almeno tre gusti alla frutta tropicale sui ventisei propositi», spiega La Vista. Passion fruit, maracuja, goiaba, açai: non mancano le alternative. Il rovescio della medaglia è che il consumatore potrebbe non gradire gusti a cui non è abituato (e alcuni, come l'açai, piuttosto bruttini alla vista). Diventa fondamentale in questo caso contare su personale esperto in grado di saper raccontare la novità, proporre i giusti abbinamenti. Incalza Pasqualini: «La piazza milanese non è

come le altre. Il milanese sa capire la qualità, è interessato alle novità, sa apprezzarle e rimane fedele. Il che non è poco». Così particolarmente apprezzata dalle signore come idea regalo è il gelato in bicchiere. Si va dai gusti frutta, come limone e fragola o mango e cocco, alle creme, vaniglia e caffè in testa. L'aggiunta di granella o pan di Spagna ne fa un dessert completo e per questo apprezzato per l'asporto. Insomma: alle Officine del Gelato non ci pensano proprio a sonnecchiare. Già stanno rivedendo il materiale di servizio: le classiche coppette e palette in plastica saranno sostituite da accessori al 100% biodegradabili a partire da quest'autunno. Da parte nostra ci auguriamo che appena possibile sia rivisto anche il sito Internet: piuttosto scarso di informazioni e poco coinvolgente. Unica nota stonata. ■

# Prova sul campo

GLI ACCESSORI E LE ATTREZZATURE  
CHE AIUTANO IL SERVIZIO.  
VISTE ALLE OFFICINE DEL GELATO



**TUTTO A VISTA  
GIORNO E NOTTE**

*I plus della vetrina Tonda di Ifi sono noti. In particolare la chiusura ermetica con vetro camera temperato evita il "ricovero notturno" dei prodotti agevolando il lavoro del gelatiere.*

**PACKAGING  
PERSONALIZZATI**

*Al bando le anonime vaschette da asporto. La Margherita di CuorDiGelato permette di dividere i gusti con facilità. La fascetta riporta il logo del locale (circa 200 euro per 5.000 fascette).*

**STAMPI INOX  
PER GHIACCIOLI**

*Il cuore del sistema ideato da Service Gel Gruppo Astori è uno stampo in inox, al cui interno sono ricavate 24 forme, e un afferrastecchi, un coperchio con gli alloggiamenti per gli stecchi.*

**FORME TONDE  
PER I BICCHIERI**

*CuorDiGelato propone bicchieri di forme e misure diverse. Da preferire i formati cilindrici, o senza spigoli, perché meglio si adattano alla sac à poche.*

