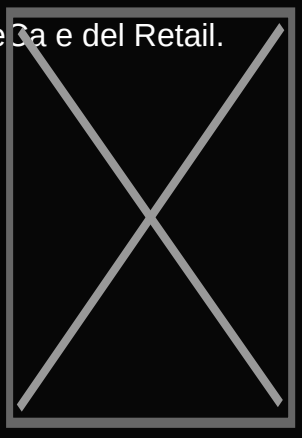
Gelato, pastry, arte bianca e caffè: idee per la ripresa

cookies-1835414-640-85fbcfd9

Già in pieno lockdown chi vedeva il bicchiere mezzo pieno l'aveva detto: in ogni crisi ci sono grandi opportunità. L'importante è guardare avanti, dare spazio a creatività e innovazione. Ed è proprio quello che è successo. Complici anche i due mesi di chiusura totale che per molti titolari sono diventati un necessario e benefico momento di riflessione, si è assistito a un fiorire di novità, idee e formati. Qui di seguito diamo conto, settore per settore, delle situazioni più fresche e propositive, e di come le aziende stanno lavorando sul fronte dell'innovazione. Perché il futuro sarà di chi saprà guardare al mercato con sangue freddo, pronto a cogliere le nuove opportunità. L'appuntamento per la ripresa vera e propria poi sarà alla 42a edizione di HostMilano, dal 22 al 26 ottobre 2021, per tutte le macro aree che fanno grande, ogni due anni, la fiera leader dell'HoReCa e del Retail.



[caption id="attachment_178781" align="alignleft" width="150"] Foto Davide Dutto[/caption]

GELATO (MA QUANTO MI PIACI)

Uno dei prodotti più ricercati in questi mesi difficili è stato il gelato. Secondo Deliveroo cui fanno riferimento 1100 gelaterie, gli ordini di gelato da gennaio a maggio sono aumentati del 350%, con nocciola e pistacchio in pole position e le creme che hanno battuto la frutta. Sarà perché è un piccolo capolavoro dell'artigianato italiano in grado di unire dolcezza e freschezza, golosità e benessere,

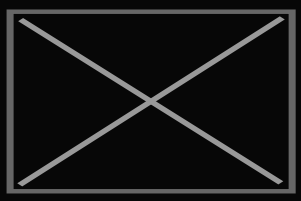
tecnologia e tradizione. Il gelato però non ha riposato sugli allori, anzi. I format più innovativi oggi si muovono tra l’alleanza con altri settori, i nuovi canali e l’uso di materie prime locali, in grado di raccontare un territorio, quello italiano, protagonista assoluto dell’estate 2020. Così Alberto Marchetti a Torino dopo il delivery con storytelling via zoom ha lanciato un’alleanza con il ristorante Birilli per cene con “gelato pairing”. Una tendenza già in atto che promette di "reclutare" nuovi adepti è quella del nutraceutico, che unisce salubrità e golosità. Ci punta Manuele Presenti di Gelato Naturale Academy con il sorbetto "anti-aging" a base di acqua, succo di dattero, mirtillo, succo di limone e collagene idrolizzato. Sul gelato stanno puntando anche chef stellati come Gian Piero Vivalda, che al suo due stelle Antica Corona Reale di Cervere a aperto la gelateria **Gelato Reale** *(foto sopra)*. E Negrini e Pisani di Aimo e Nadia, che hanno creato delle "coppe" gourmet. Insomma, il mondo del gelato riemerge mutato dal lockdown, anche nelle modalità di vendita: "Il social distancing imposto dall'emergenza - spiega Martin Gregori, Master Gelato & Pastry Chef e Global Trainer Manager della slovena Valmar - ha cambiato in parte il modo di vendita del gelato. I gelatieri sono diventati più imprenditori, hanno iniziato a proporre nuovi servizi che per molti prima erano impensabili, come delivery e take away, espandendo i canali di vendita". IFI intanto, grazie al sistema In&Out, vetrine gelato movimentabili e banchi bar su ruote, consente ai locali di servire i clienti sia all’interno dei locali sia all’aperto, per un dehors “a prova di intemperia” e per tutte le stagioni.

ARTE BIANCA (CONTAMINAZIONI E NUOVI FORMATI)

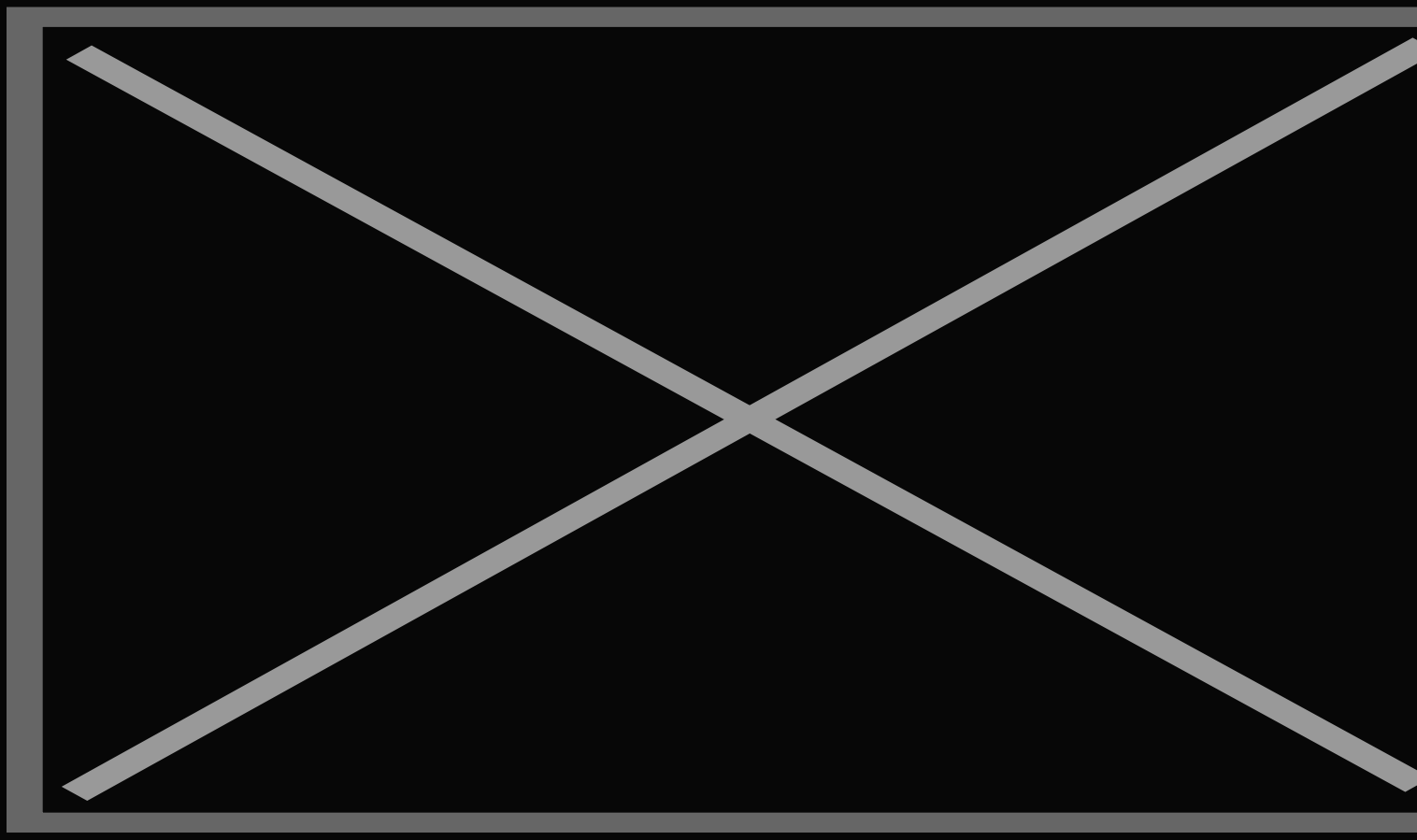


Carlo Cracco con il suo team e abbracciando i leit motiv di sostenibilità e

valorizzazione dei prodotti del territorio ha riunito a Robecco sul Naviglio maestri della panificazione e mastri gelatieri. Come dire l’unione (e la varietà) fa la forza (e attira il cliente). Una contaminazione tra settori – gelato, ristorazione, pizza, pane, pasticceria e caffè – che Host-Milano, precursore e trendsetter, pratica da anni. L’arte bianca è sotto i riflettori perché segue i nuovi lifestyle: le giovani generazioni fanno spuntini durante tutto l’arco della giornata – si chiama snacking – spingendo il consumo di pane e prodotti da forno specie. L’apertura prolungata, per “scaglionare” le presenze in ottica di distanziamentoe incontrare i nuovi ritmi lavorativi è non a caso una

delle cifre delle nuove aperture. Tra queste **Sciuè Pizza & Bakery a Pomigliano d’Arco.** “Vogliamo accompagnare i nostri clienti dalle 7 alle 24. Abbiamo allargato l’offerta della pizza con lievitati e prodotti da forno per la prima colazione e introdotto la possibilità di prendere un buon caffè” spiega il titolare Giuseppe De Luca. La flessibilità è la cifra anche dei nuovi forni come spiega Mario Giacomini, Amministratore Unico di Tecnoinox: “Oggi attenzione ed efficienza fanno la differenza con macchine flessibili nell’uso, capaci di dare precisione e costanza di risultato. Inoltre, l’acquisto dei nostri forni digitali con touchscreen rientra negli investimenti in macchinari innovativi e connessi che danno accesso al credito d’imposta del 40% previsto dal Piano Nazionale Industria 4.0”.

[caption id="attachment_178784" align="aligncenter" width="826"]



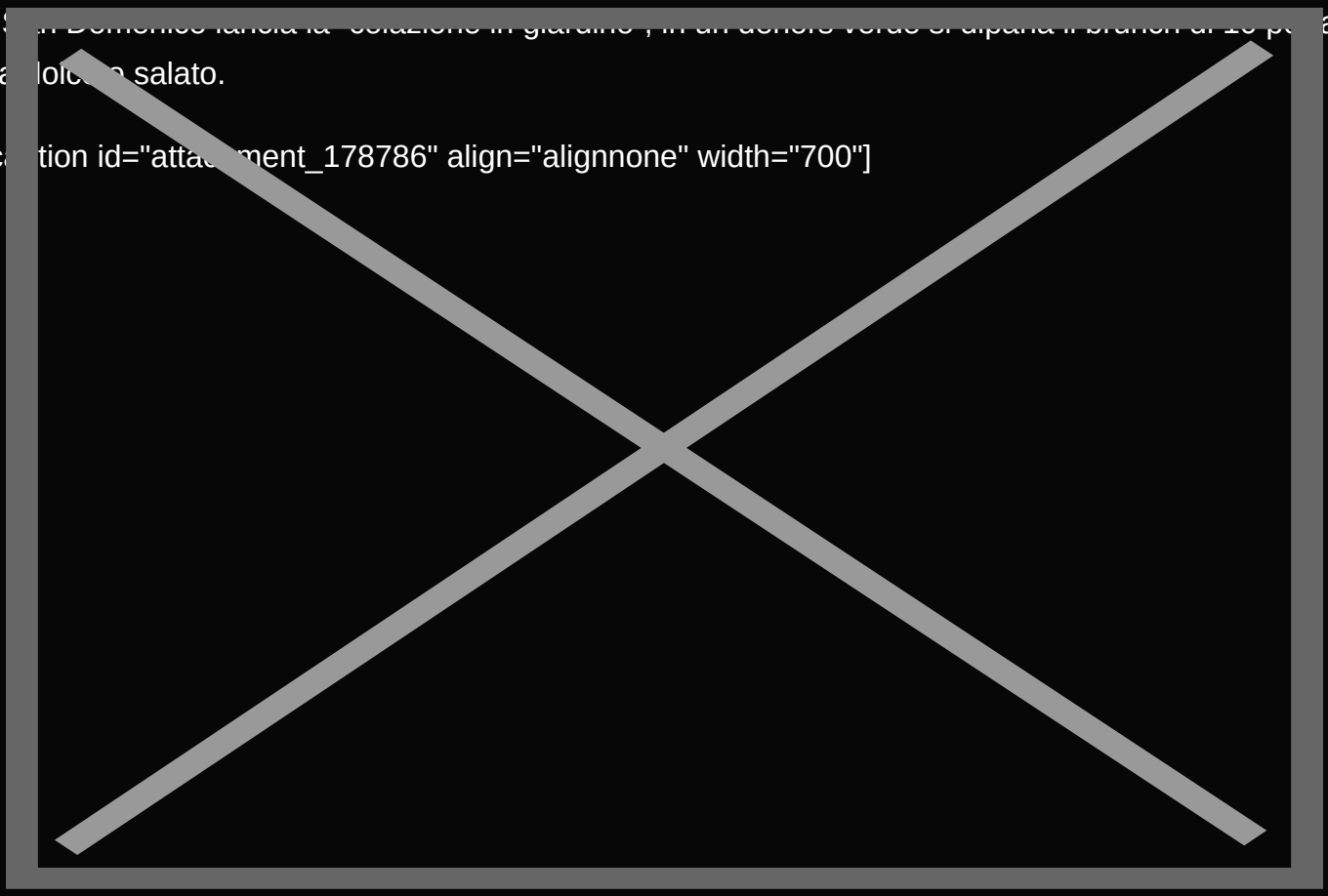
I Weekend del Gusto a Villa Terzaghi di Robecco sul Naviglio[/caption]

PASTICCERIA (VENTI DI NOVITÀ)

Secondo Business Wire, Il mercato globale della pasticceria e delle torte era pari a 194,46 miliardi di dollari nel 2014 e nel 2024 dovrebbe raggiungere i 333,87 miliardi di dollari, con un +4,54% annuo per

il periodo 2019-2024. Durante il lockdown i ritmi rallentati e la voglia di coccolarsi hanno spinto i consumi di pasticceria fatta in casa ma anche il delivery. Così un settore fino a pochi anni fa decisamente tradizionale ha abbracciato nuove idee e modi di distribuzione, che proseguono in fase 2 e 3. In questo fiorire di delivery l'idea in più è personalizzare con messaggi dello chef-gelatiere-panificatore. Come fa Nero Vaniglia a Roma, con scomparti da sfogliare e poesie personalizzate, coni, coppette e decorazioni che permettono di crearsi a casa la propria coppa di gelato ideale. Le aziende dal canto loro propongono nuove soluzioni per gestire l'asporto al meglio: "Abbiamo una linea di contenitori isotermici, leggerissimi e resistenti che mantengono caldi o freddi gli alimenti per molte ore. Una soluzione ideale per la delivery" spiega Paola Rossoni, Marketing Director di Pavoni Italia. Anche gli stellati puntano su un momento della giornata finora piuttosto trascurato come la colazione: a Imola il San Domenico lancia la "colazione in giardino", in un dehors verde si dipana il brunch di 10 portate tra dolce e salato.

[caption id="attachment_178786" align="alignnone" width="700"]



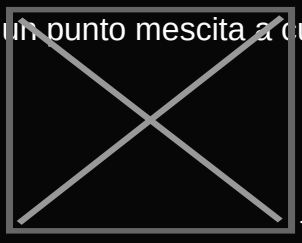
La "colazione in giardino" al San Domenico di Imola[/caption]

MASSARI A HOSTMILANO 2021



Pasticceria d’autore in primissimo piano anche alla 42a edizione di HostMilano con un grande ritorno: “Pasticceria di Lusso nel Mondo” by Iginio Massari, il format che porterà le tendenze più innovative e i pastry chef internazionali più interessanti nei padiglioni di Fieramilano Rho. “Considero HostMilano un luogo creativo unico, l’unico capace di informare il mondo intero sulle novità dell’universo Pastry, sulla ricerca in corso, sulle nuove frontiere dell’impegno gastronomico, a cominciare dall’utilizzo delle tecnologia” spiega il Maestro.

CAFFÈ (TRA GOURMET E AUTOMAZIONE)

Il caffè è stato colpito dal Covid, in tutta la filiera. Ma l’e-commerce ha gratificato le micro roastery grazie a consumatori non disposti a rinunciare alla qualità anche a casa e il delivery ha coinvolto la colazione. Alla riapertura certo i numeri sono arretrati: smart working e assenza di turismo straniero hanno fatto mancare clienti, e sono arrivate le idee. Nel segno dell’alleanza tra settori dell’ospitalità. A Firenze Ditta Artigianale ha attivato sinergie con ristoranti che gestivano la cucina della caffetteria, con sala e cocktail bar in mano al team di Francesco Sanapo. E uno chef di grido come Filippo La Mantia supervisiona a Messina il nuovo “bar, ristorante, ritrovo, caffetteria” Miscela d’Oro, pensato per vivere all day long. Intanto cresce la consapevolezza di come il caffè sia un passepartout per ogni locale, cui dedicare la giusta attenzione ma da integrare con un’offerta flessibile nei tempi – perché i ritmi e le abitudini di vita non torneranno più le stesse – e nei luoghi. Così il Caffè Tommaseo, il più antico di Trieste nato nel 1830, alla riapertura si è presentato con un punto mescita a cura dell’Enoteca Bischoff. A Milano due nuove aperture guardano oltre la  tradizione: punta sugli specialty Nowhere Coffee&Community, con incursioni in lievitati vegan e fruizione e vendita di libri e dischi mentre **K?h? Tokyo 1982 nella stazione MM di Porta Romana si dedica al caffè pour over**. Le aziende intanto continuano a innovare: “è in uscita una macchina di dimensioni simili a quelle a capsule, con macinacaffè integrato, che erogherà con un click un caffè espresso perfetto, abbinabile a un frigorifero per il latte fresco. È difficile in questo momento prevedere come si svilupperanno le pause caffè nelle aziende, ma se il distanziamento sociale continuerà ci sarà la necessità di avere at

trezzature piccole, magari in diverse aree” dice Marco Rodi, Branch Manager di Bravilor Italia. Punta sull’automatico anche **la nuova Cimbali S60**: “Siamo sicuri che questa macchina sia un ottimo alleato per le catene e per i locali alto performanti – dice Maurizio Tursini, Chief Product & Technology Officer Gruppo Cimbali –: il gruppo caffè in metallo e le più evolute tecnologie per il latte garantiscono alte prestazioni, fino a 600 tazze al giorno, e un menù fino a 96 bevande consentendo la realizzazione di soluzioni “coffee to go" ed evitando l’affollamento nel locale. Inoltre il sistema di telemetria bidirezionale consente di settare da remoto i parametri della macchina e l’innovativa app CUP4YOU permette di creare e personalizzare la propria bevanda preferita, evitando il contatto con i tasti e il touch della macchina”.