



Protagonista lo splendido lungomare della **Playa de La Malvarrosa**; dal 5 al 7 luglio **Valencia** si è trasformata in capitale mondiale del gelato artigianale
di Chiara Laghi

Seconda **tappa**

Gelato World Tour procede con successo. A Valencia si è registrata la presenza di oltre **140mila** visitatori e si è superato ogni record di vendite in Spagna. **6mila** i chilogrammi di gelato prodotti, esposti all'interno delle vetrine **Ifi** di ultima generazione. **Medac** ha offerto 100mila coppette, **Cono Roma** più di 50mila mini-coni omaggio; invece da **Puleva** sono giunti i

3800 litri di latte necessari per preparare il mantecato in un laboratorio dotato delle più recenti macchine firmate **Carpigiani**. Infine **Mec3** ha fornito basi, paste, variegati, topping, granelle e decorazioni, in tutto 1500 kg di ingredienti di alta qualità. Il dieci per cento dell'incasso sarà devoluto in **beneficenza** al "Cottolengo di Padre Alegre" di Valencia.

A colpi di cono



Consumi in **crescita**

Affollatissimi i **minicorsi** tenuti dai docenti della **Carpigiani Gelato University** che, vista la grande affluenza, ha deciso di organizzare, a settembre e a dicembre, due speciali corsi in lingua spagnola per parlare di gelato, materie prime, ciclo produttivo e poi anche molta pratica in laboratorio. Infatti la Spagna offre grandi opportunità a chi desidera **aprire** una **gelateria**. Nel Paese, malgrado la crisi economica, la gente non rinuncia a un gelato di qualità e dal 2008 il settore registra una crescita del venti per cento.



Piccoli TESORI

In vista del prossimo Natale **Hausbrandt** declina il dolce tipico della tradizione, il **panettone**, in tre ricette, frutto della storica collaborazione con il maestro pasticciere Iginio

Massari: Panettone Glassato, Glassato d'Epoque e panettone Felice; si presentano in tre raffinate vesti, le cui **grafiche** riprendono colori e simbologie tipiche della festività. Immane anche il **Pandoro**, nelle versioni Classico e con Gocce di cioccolato.

Rilancio al femminile

L'occupazione femminile, in calo in tutta Italia, non solo è inferiore a quella maschile ma è caratterizzata da redditi e posizioni lavorative generalmente più bassi. Unica eccezione è il **Turismo**, settore dove le donne trovano maggiore spazio e che può rappresentare il punto di partenza per un esame del mondo del lavoro. In questo senso si pone il primo **Osservatorio Permanente per le Pari Opportunità** presentato a Roma da **Ebnt**, l'Ente Bilaterale Nazionale del Turismo.

Pubblico protagonista

Magic Mella è il nuovo nome del variegato che **Montebianco** ha dedicato ai piccoli. In tre gusti e colori diversi (Cuore, Sole e Cielo), fu inizialmente denominato Caramella ma, con un **concorso** dal titolo "Caramella oppure...", l'azienda ha coinvolto i consumatori invitandoli a scegliere il nome definitivo votando il preferito sul sito www.gelatoamoremio.it. Hanno partecipato ben **4415** persone, tra cui sono stati estratti **cinque** vincitori che hanno ricevuto un iPad Retina. Un secondo concorso, **Gel Art**, ha premiato, invece, le opere che hanno saputo interpretare nella maniera più creativa il **cono** gelato. A

scegliere, sempre il pubblico; in palio uno scooter a 3 ruote Quadro 350S e due visori multimediali Moverio BT-100 Epson. Montebianco non è solo gelato ma anche pasticceria, infatti a **Host** ospiterà presso il proprio stand il presidente della Fip **Roberto Lestani** che effettuerà dimostrazioni con i prodotti dell'azienda coadiuvato dai tecnici dell'Accademia Montebianco; al contempo **Fabrizio Di Marzio**, responsabile dell'Accademia, sarà ospite presso lo stand Fip per alcune **dimostrazioni**. E così l'artigiano può con Montebianco avere un unico interlocutore, grazie alla completa gamma di prodotti.

Marketing e comunicazione

Dopo "Il Gelato, come venderlo meglio", **Roberto Lobrano**, docente di gelateria e marketing sul punto vendita presso diverse scuole italiane ed estere, ha pubblicato un **nuovo volume** dal titolo "Gelato Business. Start-up e marketing innovativo in gelateria". Il libro è diviso in due parti; una è dedicata a chi si appresta a entrare nel mondo del gelato e affronta temi che vanno dall'analisi del **mercato** alla realizzazione di un business plan. La seconda (che parte dal capitolo sesto) è rivolta anche a chi ha una certa esperienza del mestiere, ed entra nel merito del marketing **innovativo**, utile a chi è già in attività e vuole **migliorare** la propria gestione.



Coppe itineranti



La terza tappa del **Gelato World Tour**, in programma a **Melbourne** (Australia), vedrà ancora una volta protagonista **Medac** in qualità di supporter della manifestazione. L'azienda ha ideato un'immagine esclusiva ispirata alla città ospitante che sarà stampata sulle coppe in cartoncino riciclabile offerte per la degustazione del gelato. Come simbolo della città sarà raffigurata la **Flinders Railway Station**, la stazione ferroviaria **più antica** dell'Australia e tradizionale punto d'incontro dei suoi abitanti, situata nel cuore di Melbourne.

Combinazione PERFETTA



Trittico Executive e **K24 di Bravo** sono il connubio vincente che ha supportato anche il lavoro dei grandi professionisti alla Coupe du Monde de la Pâtisserie a Lione. La prima è una **macchina multifunzione** che in meno di un metro quadrato gestisce tutti i processi di produzione artigianale per gelateria, pasticceria e cioccolato. La seconda è una **temperatrice** continua adatta alle ricoperture parziali e totali, ottima anche per la ricopertura dei tartufi, ricca di **accessori** per ogni esigenza, come la tavola vibrante che compatta perfettamente il cioccolato negli stampi eliminando l'aria in eccesso. Questa tecnologia è presente a **Host** con i corsi del maestro Angelo Grasso e le virtuosità dello chef francese Stephen Galbrun.

Full immersion

A settembre si è svolto **Pastry Camp 2013**. Tre giorni di alta formazione, voluti e curati da **Roberto Rinaldini**, **Sigep** e **Cast Alimenti**, durante i quali i nuovi **talenti** della pasticceria italiana si sono confrontati con i più autorevoli maestri dell'arte pasticcera: Leonardo Di Carlo, Davide Malizia, Diego Crosara, Gianluca Fusto, Gianluca Fiorino, Davide Verga, i fratelli Boccia, Lucca Cantarin, gli "special guest" Iginio Massari e Gino Fabbri. Davide Comaschi ha raccontato i suoi allenamenti per il World Chocolate Masters, l'evento organizzato da Callebaut che si svolgerà a Parigi alla fine di ottobre. L'**obiettivo**, infatti, è proprio quello di preparare giovani talenti del nostro Paese a partecipare alle prossime competizioni internazionali.

Ricette di GUSTO

Toschi Vignola presenta una nuova versione della sua linea storica Frutta Spiritosa. Si chiama **Frutta Sfiziosa** e comprende frutta sotto spirito caratterizzata da una più moderata gradazione alcolica, solo **12 gradi**. Il minor apporto alcolico contribuisce a mantenere più morbido il gusto della frutta e intatto il sapore. Il prodotto è disponibile nel formato da 395 ml nelle varianti **ciliege** (pastorizzate e conservate nel liquore) e **albicocche** (liquore con brandy); è prevista anche un'elegante confezione regalo.



Web marketing

La comunicazione è una leva strategica del marketing. Da sempre ne è consapevole **Medac**, azienda di punta con una vasta gamma di contenitori per alimenti; per questo ha recentemente rinnovato il suo sito (www.medac.it), rendendolo fresco e coloratissimo, proprio come la sua proposta. Si tratta di una **vetrina interattiva** che punta sulla facilità di navigazione per permettere al visitatore di consultare agilmente il ricco catalogo dell'azienda e di reperire con la massima **velocità** tutte le informazioni desiderate.



Cioccolato con vista

Un nuovo corner di delizie al cioccolato ha arricchito l'offerta del settimo piano de **la Rinascente** in piazza Duomo a Milano dedicato al food di qualità. **Domori**, marchio del Gruppo Illy che è già presente nello store con Agrimontana e Illy caffè, ha inaugurato uno stand con un'ampia varietà dei suoi prodotti più esclusivi. Per una settimana un ricco calendario di eventi e degustazioni non solo per far conoscere le proprie specialità, ma anche per diffondere la conoscenza del cacao e l'impegno dell'azienda per la salvaguardia delle varietà rare.