

- Mauro Petrini ci svela le sue mosse vincenti

## Un gelatiere italiano a Miami

L'EURISPES LO DEFINISCE "FENOMENO KASHER". LA RICERCA DI SICUREZZA E QUALITÀ CAMBIA LE ABITUDINI ALIMENTARI DEGLI ITALIANI. ECCO UN'INTERESSANTE TESTIMONIANZA

MAURO PETRINI È UN GIOVANE che ha avuto il coraggio di abbandonare la propria professione per intraprenderne un'altra e di farlo con grande professionalità. Viene a trovarmi in redazione, arriva puntuale, con la voglia di raccontarmi come si affronta l'impegno di aprire una gelateria in America, la patria dell'*ice-cream*, e di come, nel giro di pochi anni, in un periodo di crisi, diventare un gelatiere di successo, tanto da vedere il proprio gelato riconosciuto come il migliore della Florida. Altro **aspetto interessante: produce gelato kosher**. E così gli chiediamo di riassumere la sua esperienza attraverso alcune parole chiave.

**Dalle origini a oggi.** «La mia famiglia ha sempre avuto a che fare con il mondo gastronomico, anche se io mi sono dedicato alla finanza strutturata, fino a quattro anni fa, quando, con mia moglie abbiamo deciso di cambiare attività».

**Lo studio di settore.** «Lo abbiamo fatto per valutare la fattibilità del nostro progetto. Grazie alla nostra preparazione finanziaria, abbiamo costruito il business plan per un'analisi di mercato, per valutare le possibilità di successo. Abbiamo capito che dovevamo soddisfare un mercato di nicchia e abbiamo deciso di cercare

“Un locale polifunzionale, dove il cliente è coccolato e trova un ottimo gelato certificato *kasher*. E ancora: servizio a catering e ristoranti per potenziare le vendite”

la nicchia della nicchia: il mercato *kasher*».

**Il mercato americano.**

«Ha grandi potenzialità, ma bisogna saperlo affrontare. Io ho avuto la fortuna d'iniziare l'attività prima dello scoppio della crisi, quando ancora le banche erano disponibili a finanziare i progetti. Negli Usa non si può intraprendere un'iniziativa senza impiegare risorse. Bisogna essere preparati, conoscere il mercato, costruire un'organizzazione solida. Ho scelto la Florida, uno stato che conosce per molti mesi temperature estive».

**L'americano.** «Va educato, gli va fatta conoscere la qualità. Oggi presta più attenzione all'alimentazione, ma chi propone un prodotto di valore deve conoscerne i valori nutrizionali. Io educo i miei dipendenti e preparo schede nutrizionali».

**Gelato artigianale.** «Ho scelto di utilizzare il nome italiano per differenziarmi, l'americano conosce l'*ice-cream*, che è un prodotto industriale (il 90% degli americani ne consuma 20 litri all'anno). Per prepararmi al meglio, per un anno ho fatto corsi organizzati da Artigeniale. Ho fatto il mio "praticantato", per diverse settimane, da Flipet, a Torino. Una consulente, Gabriella Marguglio e Giovanni Borello, tecnico De-bic, mi hanno introdotto nel mondo della chimica. Non uso basi, compilo un ricettario per ogni gusto, dove presto molta attenzione alla bilanciatura. Proponiamo anche tè, caffè, dolci tradizionali italiani adattati ai gusti americani, piatti per il



pranzo, tutti con nome italiano. Ad oggi ho realizzato 250 gusti di gelato a base latte, soia o acqua, che vengono esposti a rotazione nel mio negozio 24 alla volta».

**Location.** «Boca Raton, vicino a Miami, dove vive una grande comunità ebraica. Il locale e il laboratorio sono piccoli, 140 mq. Il laboratorio deve essere *kasher* ed è sottoposto a controllo giornaliero da un ente che certifica, che sia il prodotto sia il locale, rispettino le regole. Ho creato una rigida organizzazione per ottimizzare i tempi e l'utilizzo della manodopera. Mi servo di una macchina speciale, unica negli Stati Uniti, che dosa gli ingredienti, pastorizza e trasferisce ai mantecatori».

**La produzione *kasher*.** «Il cibo *kasher* (o *kosher*), da una parola *yiddish* che significa "adatto", "conforme alle regole religiose" è ora sinonimo di sicurezza alimentare. La regola generale è non mischiare mai latte e carne. I prodotti utilizzabili nella mia gelateria si dividono in due categorie: "parve", ovvero neutri, privi sia di grassi e derivati di origine animale sia di latte e dei suoi derivati; "a base latte", ovvero latte e

suoi derivati. Il *parve* può essere consumato sempre e con tutti i cibi. In particolare, in gelateria non deve entrare in contatto con gli ingredienti "a base latte". Il gelato prodotto con ingredienti a base latte, invece, non può essere consumato da coloro che abbiano mangiato carne o stiano per farlo. Per la clientela molto religiosa e che cerca un prodotto che segua regole *kasher* ancora più rigide, propongo anche gelato certificato con "Cholov Yirsroel", ovvero prodotto con latte la cui produzione è supervisionata da un "mashgiach", che accerta che il latte sia effettivamente proveniente da animali *kasher* (la mucca!), certificato da rabbini. Questo tipo di latte in Florida costa tre volte di più e, dunque, il gelato ha un prezzo più alto. Per assicurare che il mio gelato *parve* non sia "contaminato" da ingredienti a base latte, in laboratorio ho due mantecatori, utensili dedicati, e la macchina, sopra descritta, ha un potente sistema di lavaggio interno. Nel negozio ho tre vetrine per distinguere le proposte.

**Arredamento.** «Non ho scelto colori forti, ma tinte che rimandano alla natura. L'ambiente è tradizionale, riporta all'Italia: vetri di Murano, banco di pregiato marmo rosa. Abbiamo costruito archi che richiamano il porticato. Chi entra ha l'idea di vedere una

gelateria dall'esterno, anche se si trova all'interno. Le pareti sono abbellite con foto familiari in bianco e nero. Abbiamo ricostruito l'atmosfera degli anni '50, il periodo della "Dolce Vita", epoca assai amata dagli americani, che adorano la storia, odiando gli ambienti asettici».

**Come affrontare la crisi.** «Ho reso il locale polifunzionale, sono intervenuto

per ampliare l'offerta dei prodotti, "coccolo" il cliente e ho spinto molto l'ingrosso, dopo aver imposto il mio marchio e aver fatto conoscere la mia produzione *kasher*. Servo caffetterie, ristoranti, catering, soprattutto d'inverno».

**Cono o Bicchierino?** «Soprattutto coppette di plastica. Richieste le decorazioni con topping, pezzi di cioccolato, biscotti, su ordinazione torte gelato. Importante è organizzare degustazioni per far conoscere i nuovi gusti. I prezzi vanno da 3,50 a 5,250 dollari, naturalmente il prezzo medio è dettato dalla clientela».

Per saperne di più: [www.thegelatoshoppe.com](http://www.thegelatoshoppe.com) □

