

## RASSEGNA STAMPA

TESTATA: **DOLCESALATO**  
 PERIODICITA': **Mensile**  
 DATA: **Aprile 2007**  
 PAGINA: **38**

**INCHIESTA**

DESSERT NEL BICCHIERE E MONOPORZIONI

# Nel piatto o nel bicchiere?

I DOLCI MONOPORZIONE E I DESSERT NEL BICCHIERE STANNO ENTRANDO A FAR PARTE DELL'OFFERTA DELLE MIGLIORI PASTICCERIE E GELATERIE. TRA I VANTAGGI LA DESTAGIONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E LA PRATICITÀ

**S**ono il business del momento. Le monoporzioni, ma soprattutto i dessert nel bicchiere, stanno prendendo sempre più piede, in gelateria e pasticceria, ma anche negli ambiti del catering e della ristorazione, che hanno applicato l'idea non solo al dolce, ma anche al salato. Il primo dolce al bicchiere è svizzero: si tratta della "diplomata" che, nei primi anni '50, veniva servita dapprima in contenitori in vetro e poi in carta paraffinata. La pasticceria francese ha rivistato e attualizzato l'idea che, recentemente, si è diffusa anche in Italia. **Anche le monoporzioni non sono un'idea del tutto nuova**, già negli anni '60 grandi industrie italiane come Motta e Alemagna proponevano le "paste giganti", che erano a tutti gli effetti torte monoporzioni. La pasticceria ha trasferito il concetto alle torte moderne. In un contesto che aveva già visto il passaggio dalla pasta grande, del peso di 40/50 g, alla mignon di 20 g, la possibilità di avere nuovamente a disposizione un dessert di una certa dimensione è stata accolta piacevolmente dai consumatori. Così, in tutte le pasticcerie si è iniziato a proporre monoporzioni del peso di circa 80 g, costruite in modo innovativo, grazie

all'impiego di addensanti come la gelatina animale, e decorate nei modi più creativi. **Il passaggio successivo è stato il bicchiere.** Ancora, niente di veramente nuovo, ma l'evoluzione del buon vecchio "gelato da passeggio" in un dessert vero e proprio, che rispondesse a determinati canoni gustativi ed estetici, con il grande vantaggio del contenitore. Vantaggio sia per l'artigiano, facilitato nella costruzione del dessert, sia per il consumatore, che aveva a disposizione un prodotto comodo da mangiare e da trasportare e, magari, la possibilità di collezionare i bicchieri. Inizialmente si trattava di bicchieri di una certa dimensione, che potessero contenere 70/80 g di prodotto.

**L'evoluzione successiva è stata il "bicchierino"**, magari in plastica trasparente e magari dal design innovativo. Il concetto è lo stesso che lega la pasta alla mignon: mettendo a disposizione del cliente piccoli bicchieri da 25/30 g, gli si dava la possibilità di creare un piccolo e raffinato assortimento da offrire, magari assaggiando più gusti.

L'impatto del bicchiere sul consumatore è stato forte e ha eroso quote di mercato alla monoporzione. Più semplice da realizzare rispetto a quest'ultima, il dessert nel bicchiere, infatti, consente di minimizzare l'impiego di addensanti: il dolce, protetto dal contenitore, non ha più bisogno di autosorreggersi e guadagna in gusto e piacevolezza. Una volta esposto, il prodotto è meno aggredibile dall'aria e si conserva meglio, è idoneo allo stoccaggio e non limita la creatività dell'artigiano, che può giocare su stratificazioni di colori e consistenze e sbizzarrirsi nelle decorazioni.

*Nella composizione di un dolce al piatto - spiega Gianluca Fusto, chef pâtissier responsabile delle attività didattiche*

**per Valrhona Italia** - si possono incontrare difficoltà nel sovrapporre texture diverse. In questo contesto il contenitore diventa un alleato prezioso, che consente di sovrapporre facilmente consistenze cremose, liquide, solide oltre che di organizzare meglio il lavoro e di finire il dolce solamente qualche istante prima di servirlo, per dare al cliente un'immagine di immediatezza e di preparazione espres-  
sa. A questo si aggiunge la **possibilità di utilizzare forme e materiali particolari**, di sovrapporre consistenze diverse, magari liquide o schiumose, di esprimere




## Segue

tutta la propria creatività negli abbinamenti di gusto. Ancora, il bicchierino è **un interessante modo per ampliare e differenziare l'offerta**, che diventa fondamentale soprattutto in attività marcatamente estive come la gelateria, che hanno la necessità di far fronte all'inevitabile calo nei consumi di gelato durante la stagione invernale. «Le potenzialità commerciali di questo tipo di prodotti - dichiara **Giuseppe Bravo, direttore commerciale** dell'omonima azienda - è molto elevata. Si tratta di referenze che, soprattutto in gelateria, sono perfette per destagionalizzare il fatturato. Le monoporzioni al bicchiere rappresentano, per l'artigiano, l'opportunità di soddisfare l'esigenza di prodotti edonistici di qualità durante l'intero arco dell'anno».

### L'OFFERTA DELLE AZIENDE

Tale e tanto è il successo delle monoporzioni e, soprattutto, dei dessert nel bicchiere, che molte aziende hanno puntato sull'idea, facendosi carico di sviluppare nuovi concept e, in alcuni casi, di mettere a punto un'offerta a trentosessanta gradi di prodotti-servizio per facilitare il lavoro dell'artigiano.

### Ansellì: un allegro "Dopocena"

I **Dopocena® Ansellì** sono nati circa tre anni fa, proprio con lo scopo di incrementare il fatturato delle gelaterie nei mesi invernali. «Si tratta di piccoli bicchierini - spiega il **responsabile commerciale Daniele Bernardelli** - che vengono riempiti con diversi gusti di gelato e decorati con frutta o granelle. Colorati e invitanti, questi prodotti catalizzano l'attenzione del consumatore, complice l'imponente materiale espositivo che Ansellì mette a disposizione dei propri clienti e la possibilità di portare comodamente a casa i bicchierini, custoditi in un'apposita scatola in polistirolo». Il canale più interessante per veicolare questo tipo di prodotto è, secondo Bernardelli, la gelateria, ma non si preclude la possibilità di esplorare altri settori.



Fondamentale è stata poi l'attenzione al design del contenitore: «Abbiamo studiato e realizzato personalmente il bicchiere in plastica con il nostro logo, che è un marchio registrato, attribuendo particolare attenzione alla forma e alla dimensione».

### Camel mette la torta in un bicchiere

«Abbiamo lanciato l'idea delle **Torte al bicchiere** tre o quattro anni fa - ricorda **Bruno Tosolini, responsabile di ricerca e qualità Camel Pasticceria** - e abbiamo fatto scuola. L'idea è nata per caso durante una cena e si è immediatamente trasformata in un'iniziativa commerciale



L'offerta con dolci facili da trasportare e

di successo».

Secondo Tosolini i canali naturali per la commercializzazione di questo genere di prodotti sono gelateria e pasticceria, senza dimenticare il catering. «Si tratta di prodotti - prosegue - che consentono di soddisfare molteplici esigenze. Permettono di diversificare

## BASI E PREPARATI SEMPLIFICANO IL LAVORO

Sono molte le aziende che mettono a disposizione dei propri clienti **ingredienti a elevato contenuto di servizio**, che semplificano la preparazione, consentendo all'artigiano una rapida disponibilità di prodotti sempre diversi.

Leader nella produzione di confetture, composte e passate di frutta, **DARBO** ha ampliato la propria offerta realizzando una base di frutta per mousse, alla quale il pasticciere deve aggiungere panna, mascarpone o yogurt, senza necessità di altre operazioni. Le basi Darbo sono idonee alla conservazione alle basse temperature, sono disponibili nei gusti fragola, lampone, mirtillo e albicocca e sono confezionate in secchielli (adatti al microonde) da 4,5 kg. Basta riscaldare 500 g di base al microonde a 40°/50°C, mescolare e montare per circa 5 minuti. Quindi aggiungere 500 g di panna montata (yogurt, mascarpone o altro) e versare nella tortiera. Dopo circa un'ora la crema è pronta al taglio.

Tra le ultime novità **ELENKA** c'è Prontocrema, un preparato per produrre istantaneamente crema pasticciera a freddo con la sola aggiunta di latte o acqua. Prontocrema si aggiunge a una già vasta gamma di prodotti Elenka particolarmente adatti alla realizzazione di dessert. Tra questi Montelenka, in grado di sostituire la panna fresca o vegetale e Top Mousse, un preparato in polvere che conferisce stabilità alla panna montata. Anche **CRESCO** mette a disposizione dei propri clienti una serie di prodotti per la preparazione di bavaresi, budini, creme, mousse e parfait. Si tratta di prodotti semplici da utilizzare, disponibili in numerosi gusti e varianti, che prevedono la semplice aggiunta di latte o panna e non richiedono operazioni intermedie complesse.

**FUGAR** propone nel settore mousse e semifreddi un'ampia gamma di prodotti che comprende la linea Mousse nei gusti: arancio, ananas, caffè, cioccolato, fragola, yogurt, lemon, pesca, sottobosco e tropical, caratterizzata dall'elevata qualità degli ingredienti e dalla facilità di preparazione. «Oltre a questa linea - precisa il direttore commerciale Italia Carlo Toso - è possibile realizzare mousse anche a partire dalla nostra gamma di farciture e variegature, aggiungendo esclusivamente panna fresca e il nostro Stabilizzante per Mousse. Per quanto riguarda i semifreddi, proponiamo Supersemifreddo, una base neutra ricca di tuorlo d'uovo senza gas vegetali idrogenati, che mantiene il prodotto morbido anche a temperature di -25°C».



## Segue



pratici da conservare. Sicuramente il futuro di questo nuovo genere di dessert è in crescita. La nostra proposta è composta da una gamma di ricette che attingono all'intera offerta di prodotti Camel e che rappresentano l'evoluzione o la rivisitazione di ricette tradizionali come mousse, tiramisù, bavarese. Con il ricettario mettiamo a disposizione anche eleganti bicchieri in plastica trasparente, richiudibili e confezionabili in un pack di cartone da 6 bicchieri.

### Fabrizio propone le "verrine"

Sul mercato già da qualche anno, le verrine proposte da Fabrizio possono essere realizzate attingendo alla vasta gamma di prodotti per gelateria e pasticceria dell'azienda bolognese che ha scelto di fare della versatilità uno dei suoi cavalli di battaglia: «La nostra offerta – chiarisce **Antonella Tolomelli, direttore marke-**



**ting di Fabrizio** – prevede l'utilizzo degli stessi prodotti che si prestano ai più svariati usi, a favore di gelaterie, pasticceri e ristoratori che possono in questo modo decidere di utilizzarli a loro piacimento. Nel caso delle verrine le combinazioni possibili sono infinite, pasticceri e gelatieri possono sbizzarrirsi con la creatività, giocando con gli abbinamenti cromatici e con i sapori, dando vita a veri e propri capolavori del gusto». Lasciando massima libertà d'espressione all'artigiano, Fabrizio sottolinea l'importanza della presentazio-

## INCHIESTA

ne e propone un'offerta formativa specifica che si concentra su verrine e monoporzioni: la Spiga, la scuola interna, dedicata a questa novità un intero corso, destinato a chi desidera approfondire le tecniche di preparazione e di decorazione o semplicemente vuole apprendere nuove ricette. La prossima edizione del corso si terrà il 7 maggio.

### Giuso lancia PerMousse e Suite

Da tempo Giuso ha messo a disposizione dei suoi clienti linee di prodotto dedicate alla realizzazione di monoporzioni e dessert nel bicchiere. Tra i lanci più recenti c'è **PerMousse**, una base per realizzare mousse morbide, utilizzabile in abbinamento alle paste, alle farciture e ai topping già prodotti dall'azienda piemontese. L'ultimo Sigep, poi, ha visto la presentazione ufficiale di un'innovativa linea di "spazi-contenitori", che propone, fra le altre, **la coppa Suite**, realizzata in PS alimentare e dotata di manico contenitore. Attorno a questo prodotto Giuso ha poi



sviluppato una scatola d'asporto in cartone ondulato, per trasportare 4 coppette e un piano di lavoro ad alveoli che facilita la costruzione e l'esposizione dei dessert. A questo si aggiungono segnaposto personalizzabili e uno stativo da banco per comunicare al consumatore le caratteristiche del prodotto. «Intraprendere questo tipo di produzione – commenta **Bruno Lulani, managing director di Giuso** – non rappresenta sicuramente un investimento significativo per l'artigiano e, inol-

## BRAVO: RICERCA E SVILUPPO DI NUOVI CONCEPT

Anche il mondo delle macchine è sensibile alle nuove tendenze. Bravo, con il sistema Trittico® è in prima linea. «La nostra filiale francese Bravo France – spiega **Giuseppe Bravo, direttore commerciale** – da anni studia le nuove tendenze in termini di gusti, formati, packaging per questi nuovi prodotti di pasticceria fresca, grazie al lavoro del **Club Team Trittico®**, una squadra di sette dimostratori specializzati che eseguono ricerche su prodotti e studiano nuove idee». La fiducia che Bravo ripone in questi nuovi concept di prodotto emerge dall'attenzione che l'azienda vi ha dedicato, anche in occasione delle più importanti fiere nazionali e internazionali: «Siamo profondamente convinti che questi prodotti rappresentino il futuro della gelateria e della pasticceria, oltre a essere perfetti per il catering e la ristorazione». Secondo Giuseppe Bravo, il segreto del successo di questo tipo di prodotto, oltre che nella qualità della materia prima, risiede nella scelta di gusti profondamente legati al proprio ter-



riorio e alla stagionalità. «Si tratta di prodotti potenzialmente rivolti a qualsiasi tipo di consumatore, sia per chi cerca un regalo raffinato; in questo caso sarà fondamentale prevedere pratiche modalità di asporto». Bravo, per queste nuove esigenze produttive, ha sviluppato due allestimenti di Trittico®, **Business**, che oltre ad avere programmi per la produzione di gelato è dotato di un software arricchito e studiato ad hoc per la realizzazione di semifreddi, salse, creme, ed **Executive**, che dispone di 40 programmi di gelateria, pasticceria, gastronomia. «Il vantaggio del nostro prodotto – prosegue Bravo – è la versatilità e multifunzionalità, oltre alla velocità di ammortamento dell'investimento. Inoltre, grazie alla concentrazione di funzioni e programmi in un unico strumento, l'investimento iniziale è molto più basso di quello necessario a dotarsi di un numero di macchine sufficienti a garantire la stessa varietà di ricette e preparazioni».

## Segue



tre, occorre ricordare che si tratta di prodotti a elevato contenuto di servizio che garantiscono marginalità elevate». «Suite – prosegue Lulani – non vuole essere semplicemente un nuovo prodotto, ma la proposta di una nuova occasione di consumo, di una "experience" che stuzzica la vista, l'olfatto e il palato. È un'idea adatta a un consumatore evoluto, attratto non solo dal valore intrinseco dell'alimento, ma anche dalla gratificazione dei sensi che questo offre».

### Mec3: gelato o dessert?

Unire alla freschezza del gelato la consistenza cremosa e setosa del dessert. Questa è l'idea di Mec3, che propone un prodotto di nuova concezione, realizzabile sia in planetaria sia nel mantecatore e ideale da gustare tutto l'anno. Oltre alla ricetta e alla materia prima, Mec3 mette a disposizione dei propri clienti tre diverse soluzioni di presentazione: in coppette monoporzionamento trasparenti trasportabili in un apposito box in cartoncino, in coppette quadrate



### LA PRESENTAZIONE PRIMA DI TUTTO

Il grande successo di monoporzioni e dessert nel bicchiere ha dato origine a un interessante mercato indotto di contenitori e bicchierini realizzati con materiali innovativi e dalle forme sempre più fantasiose.

ALCAS, per esempio, ha recentemente lanciato sul mercato la linea di contenitori **Mini Mon Amour** (nella foto a destra). Si tratta di un innovativo sistema di asporto per miniporzioni, composto da una serie di piccole coppette in plastica trasparente, dalle forme ricercate, che possono essere riposte in un apposito "scrigno" dorato o trasparente, da 4 o da 8 porzioni.

Non è da meno l'azienda Francese **SOLIA**, che propone un catalogo di forme, materiali, colori straordinari. Tra le referenze più interessanti **Cub**, un contenitore di forma cubica, della capacità di 6 cc, disponibile in plastica bianca, nera e trasparente (nella foto a sinistra una composizione di Cub bianchi e neri). Simpatiche e giovani anche le forme **Etoile**, **Tub** e **Mini Athos**, un bicchierino trasparente con coperchio richiudibile.



mignon oppure direttamente nella vaschetta. «Uno dei plus più interessanti di **Gelato&Dessert** – spiega **Gianluca Mondardini, responsabile prodotto di Mec3** – è la facilità di preparazione con strumenti sicuramente presenti sia in gelateria sia in pasticceria. In più, il prodotto è versatile e garantisce marginalità elevate. Lo proponiamo in sei gusti: **Cookies**, **Zabaione e nocciola**, **Dolcelatte**, **Meringa**, **Pera e cioccolato** e **Fragola e limone**, ma abbiamo messo a disposizione dei nostri clienti anche una base neutra per lasciare spazio alla creatività e all'estro dell'artigiano».



### INCHIESTA

Creazione di Alain Chartier "Meilleur Ouvrier de France" Gelatiere/Campione del Mondo - Consulente Ecole du Grand Chocolat Valrhona

Per 36 bicchierini

### STRACCIATELLA LIMONE MANJARI/GIANDUIA

**MOUSSE GIANDUIA**  
(35 g/bicchiere)

- Latte intero 210 g
- Sciroppo di glucosio 170 g
- Tuorlo d'uovo 125 g
- Zucchero semolato 125 g
- Giandua latte 35% 300 g
- Liquore di cioccolato 45 g
- Panna liquida 35% 340 g

Portate a ebollizione il latte e il glucosio. Emulsionate i tuorli d'uovo e lo zucchero. Versate la miscela calda sul tuorlo e lo zucchero. Pastorizzate l'insieme a 85°C, quindi versate circa 1/3 di liquido caldo sul gianduaia al latte e mescolate con l'aiuto della frusta per ottenere una consistenza liscia, elastica e brillante, segno di un'emulsione ben avviata.

Raffreddate leggermente. Montate la panna, quindi aggiungete il liquore al cioccolato. Quando la prima miscela avrà raggiunto i 40°C aggiungete la panna. Mescolate e versate nei bicchierini.

**STRACCIATELLA LIMONE/MANJARI**  
(45 g/bicchiere)

- Acqua 200 g
- Zucchero semolato 500 g
- Succo di limone giallo 200 g
- Albumi 240 g
- Polpa di limone verde zuccherata
- al 10% 240 g
- Stecca di vaniglia 1 n
- Limone candito 100 g
- Sciroppo di glucosio 100 g
- Panna liquida 35% 500 g

Cuocete il succo di limone, la stecca di vaniglia incisa, l'acqua e lo zucchero a 121°C. Versate lo sciroppo di zucchero cotto sugli albumi leggermente montati nello sbattitore per poter ottenere una meringa. Lasciate raffreddare con lo sbattitore. Intiepidite la polpa di limone verde per sciogliervi lo sciroppo di glucosio, quindi aggiungete il limone candito. Montate la panna liquida. Terminate mescolando delicatamente l'insieme delle miscele.

**PEZZI DI COPERTURA MANJARI 64%**  
(10 g/bicchiere)

- Copertura Manjari 64% 400 g

Distendete la copertura temperata su un foglio di carta chitarra 60x40 cm. Lasciate cristallizzare e riducete in pezzetti.

**MONTAGGIO E RIFINITURA**

Colate la mousse al gianduaia sul fondo del bicchiere. Addensate la miscela nel congelatore. Disponete verticalmente qualche pezzetto di copertura Manjari. Terminate colando la mousse gelata al limone. Disponete come rifinitura qualche pezzetto di copertura, una fetta di limone e qualche perla di cioccolato. Gelate il tutto nel surgelatore.

## Segue

### **Montebianco: idee Goloselle**

Le Goloselle sono idee che Montebianco ha raccolto in un ricettario, ricco di colorati bicchierini da realizzare grazie all'offerta a 360 gradi dell'azienda, che spazia dai preparati per semifreddi e mousse ai biscotti e pan di Spagna, fino ad arrivare al bicchiere in vetro e alla scatola per il take away. «Abbiamo voluto dare al nostro cliente – spiega **Elio Cristiani, responsabile trade marketing Montebianco** – l'opportunità di realizzare un prodotto ad elevato contenuto innovativo attingendo al nostro completo assortimento. Attraverso il ricettario, il gelatiere è in grado di costruirsi un proprio assortimento di **Goloselle**, scegliendo quelle più gradite dalla sua clientela. A chi lo richiede forniamo supporto tecnico e formativo sia attraverso corsi, che si svolgono in azienda, sia mediante tecnici, che si recano a domicilio per spiegare la realizzazione del prodotto». ■

### **NOVITÀ E TENDENZE DALL'ECOLE DU GRAND CHOCOLAT**

**G**ianluca Fusto, chef pâtissier e responsabile delle attività didattiche per Valrhona Italia lancia una sfida, quasi una provocazione: abbandonare l'idea del contenitore trasparente e scegliere, al contrario, materiali totalmente opachi, che non lascino intravedere il contenuto. «Potrebbe essere l'evoluzione del dessert nel bicchiere – spiega Fusto – il cui successo non è più basato sul gioco dei colori e delle decorazioni, ma esclusivamente sul gusto. Ecco perchè la provocazione del bicchiere nero: niente deve distrarre chi degusta dalle sensazioni gustative e olfattive che gli dà il dolce». E Valrhona, all'ultimo Sigep, ha voluto provarci lanciando in occasione della fiera la nuovissima **scatola da degustazione**.

Un elegante parallelepipedo in legno, ideato per la ristorazione, contenente cinque mini-dessert. «Il nostro intento – continua Fusto – è stato proprio quello di **concentrare l'attenzione sul gusto**. Valrhona suggerisce la realizzazione di dolci a base di cioccolato identici in termini di percentuali di cacao, ma particolari e tipici perchè provenienti da aree geograficamente diverse. Come far cogliere al cliente questa diversità? Eliminando le distrazioni e concentrando la sua attenzione sul gusto e l'aroma del dessert.

Ma la scatola ha anche altri obiettivi, non ultimo quello di offrire la possibilità di assaggiare piccole quantità di tante diverse proposte dolci, giocando su contrasti di temperature e di consistenze».

