

## PERCHE' NASCONDERLO?



### Intervista a Pierluigi Bocchini sul ritorno all'antico dei banchi a pozzetti

*Da qualche tempo, sulla spinta del (presunto?) successo di una nota catena di gelaterie, molte gelaterie hanno optato per il vecchio concetto di conservazione del gelato, senza esposizione, all'interno di banchi a "pozzetti". Uno strano modo di promuovere il proprio prodotto non crede?*

È assurdo. Abbiamo faticato decenni per diffondere la cultura del marketing nel punto vendita, l'esposizione del prodotto, la cura della vetrina ed oggi assistiamo a questo ritorno al vecchio. Proprio mentre l'industria del gelato spinge sempre più con campagne pubblicitarie imponenti, i nostri artigiani si auto flagellano nasconden-

do il loro prodotto alla vista dei loro clienti

*Peraltro all'estero, questa forma di conservazione spesso viene percepita come una volontà di evitare che il cliente veda il prodotto e possa verificare igiene e pulizia di conservazione*

Nel mondo, ad eccezione di Italia ed Argentina, il banco pozzetti non è accettato. La cultura anglosassone, ad esempio, non concepisce di non poter vedere il prodotto da acquistare. Oltretutto, le carapine, sviluppandosi in verticale, creano differenze di temperatura maggiori rispetto alla vetrina che ha un'uniformità di temperatura molto migliore.

*Questo spunto è interessante. Molti gelatieri sono convinti che il banco a pozzetti mantenga meglio il gelato, grazie ad una temperatura più uniforme e minor ossidazione. Cosa c'è di vero?*

Assolutamente nulla, anzi, è vero il contrario, come dicevo. Quanto all'ossidazione non è né evitabile né rallentabile, poiché occorrerebbe isolare il gelato dall'ossigeno, ovvero mantenerlo sottovuoto., come fanno le case alimentari o gli alimentaristi quando vendono un prodotto fresco e ne vogliono allungare la durata di conservazione. La verità è che i nostri artigiani si stanno impigrendo. Invece di sforzarsi a migliorare l'esposizione con la propria vetrina e fare il gelato fresco tutti i giorni, cercano

soluzioni per evitare di decorare e lavorare meno. Non a caso poi le gelaterie vedono diminuire nel tempo i loro incassi

*Cosa si sente di suggerire quindi ai gelatieri?*

Di adeguarsi ai tempi ed alla concorrenza. L'industria spende centinaia di milioni l'anno in pubblicità. Il gelatiere può promuovere il proprio prodotto solo esponendolo. Perché nascondere?

#### **I numeri di Clabo:**

4.000 vetrine gelato prodotte ogni anno

Circa 95 paesi di esportazione

60% dei ricavi all'estero

3 filiali commerciali negli USA, in Cina ed in Brasile

### Pierluigi Bocchini

Pierluigi Bocchini è Presidente e Amministratore Delegato di Clabo s.p.a.. L'azienda di Jesi (AN) è il maggior produttore al mondo di vetrine per il gelato artigianale e si è di recente quotata in Borsa a Milano. Tra i piani annunciati dall'azienda marchigiana an-

che l'apertura di uno stabilimento produttivo in Cina ed uno in Brasile

