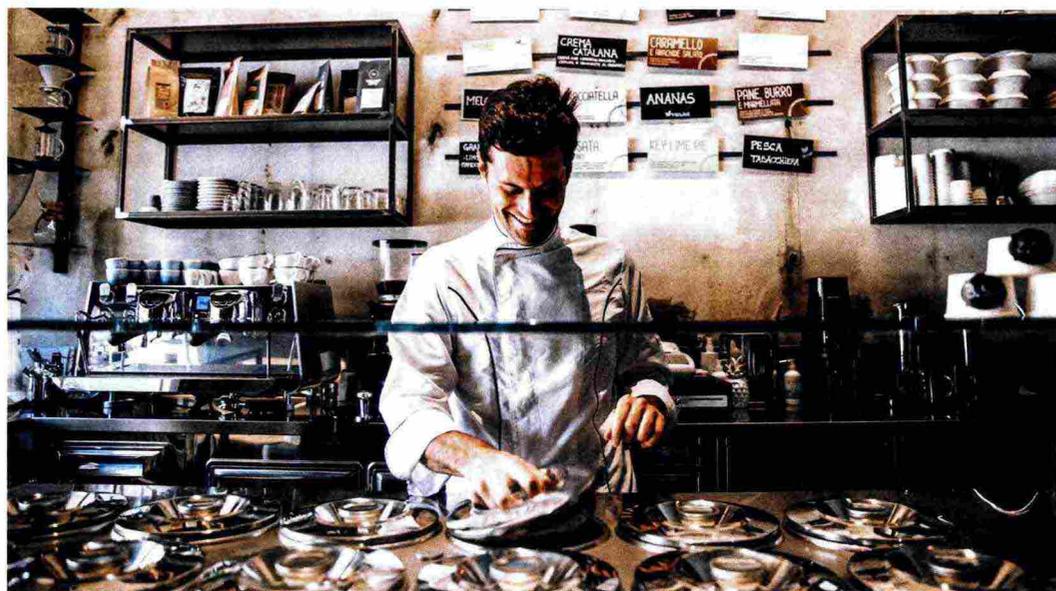


DG/fermenti_Italia



FORMAT | SENSOLATO COMBINA GELATI TERRITORIALI E SPECIALTY COFFEE: COSÌ CREA UN'OFFERTA AD ALTO VALORE AGGIUNTO



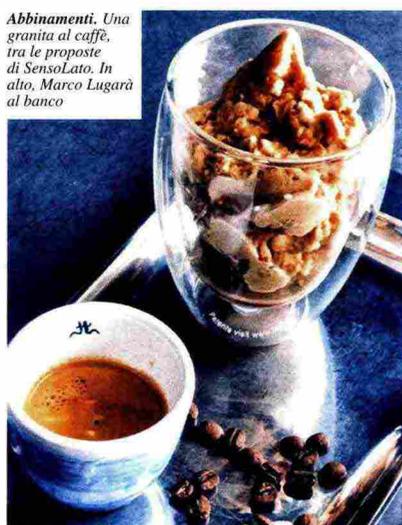
GELATO E SPECIALTY CREANO BELLE SINERGIE

NADIA ROSSI

DOMODOSSOLA. La gelateria e caffetteria Sensolato è un locale che parte dall'ordinario per esplorare nuovi orizzonti: ricerca, sperimentazione e innovazione ne caratterizzano l'offerta. La sua ampia vetrina si apre del tutto nella stagione calda e si affaccia su piazza Mercato, dove si trovano alcuni tavolini, con 15 posti a sedere. Sono altrettanti all'interno di un locale di 30 metri quadri sfruttati al meglio. Il banco squadrato in acciaio e vetro che lo percorre per la lunghezza mantiene alla giusta temperatura 24 pozzetti che ospitano 20 gusti di gela-

to e 4 granite a rotazione. La mente tecnica e creativa, alla continua ricerca di nuovi gusti e suggestioni da trasmettere alla clientela, è Marco Lugarà, 34 anni, studi da designer, un corso in **Cast** Alimenti e un'esperienza in gelateria che lo spinge con la moglie Sara Bernardini, 33 anni, studi di ingegneria edile ed esperienza nel settore del dolce-freddo, ad aprire un locale nel febbraio 2020 nella loro città. L'avvio non è dei migliori: dopo due settimane chiude a causa del Covid per due mesi e mezzo; poi è un susseguirsi di aperture e chiusure. Ma con soddisfazione Marco può affermare: «Siamo ancora qui e ne siamo soddisfatti».

Abbinamenti. Una granita al caffè, tra le proposte di Sensolato. In alto, Marco Lugarà al banco



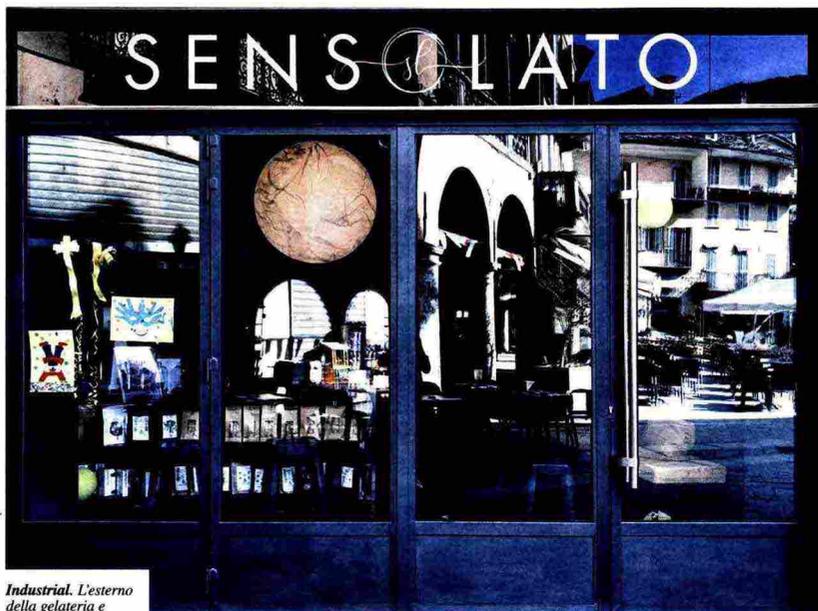
ti. Unendo gelato e caffè ci siamo proposti di dare continuità di lavoro durante tutto l'anno: il primo è trainante nella stagione calda, il secondo in quella fredda, tuttavia entrambi fanno sì che il cliente dia attenzione anche all'altro e colga l'occasione di una consumazione anche fuori stagione».

Nelle materie prime di gelateria come pure in caffetteria la scelta è attenta e punta su prodotti che altri non offrono e che il cliente non conosce o conosce poco. Così, per i caffè la scelta ricade sugli specialty: Sara li conosce prima sulla carta, poi segue corsi Sca, quindi trova un valido appoggio in Simone Guidi, titolare della microastery La Sosta Specialty Coffee di Impruneta (Firenze). «È bello il rapporto che si è creato tra noi - afferma -: assaggio i caffè, ne discutiamo e concordiamo gli interventi che mi permettono di ottenere il caffè giusto per i miei clienti. La miscela base è Everyday, composta da caffè provenienti da Brasile e Guatemala (l'espresso è in vendita a un euro e mezzo, ndr): ha un buon corpo, al gusto presenta note di cioccolato che poi virano leggermente su albicocca e frutti rossi; l'acidità è comunque contenuta. A rotazione, come singole origini, propongo anche caffè di altri micro-torrefattori».

All'ingresso nel locale, il primo incontro è con la sua piccola postazione, sulla quale si trovano alcuni pacchetti di caffè e delle campane di vetro poste su contenitori con diverse origini, con cui il cliente fa la prima conoscenza attraverso l'olfatto. Sul retrobanco si trova la macchina espresso Eagle One di Victoria Arduino. Fare accettare questi caffè così diversi dalla classica miscela italiana, con la loro tostatura più chiara,

77
C'È UN GRAN LAVORO DI CONFRONTO E DIALOGO CON I FORNITORI: COSÌ CREIAMO I CAFFÈ GIUSTI PER I CLIENTI

DG/fermenti_Italia



Industrial. L'esterno della gelateria e caffetteria SensoLato. Sotto, un cono al gusto More di gelso. In basso a destra, Sara Bernardini e Marco Lugarà

un corpo più leggero e la nota acidula degli Aarabica è stata ed è ancora un'impresa complessa. Non mancano gli abbinamenti tra i due protagonisti del locale, nei gusti caffè e tiramisù, ma anche in coffee pairing per il momento aperitivo: è piaciuto molto uno a base di gelato al gorgonzola con cialdine croccanti di polenta, abbinato a un filtro di Etiopia.

Il servizio è curato anche nella composizione dei contenitori: la plastica è stata eliminata e tutto è compostabile, dalle copette ai cucchiaini ai tovagliolini. Non ci sono bottiglie di plastica, ma le borracce termiche in acciaio con il logo SensoLato di una startup della zona, Neh Italia: a ogni acquisto una parte del ricavato viene donato a un progetto di riforestazione e in ogni momento si può riempire il contenitore con acqua microfiltrata naturale o frizzante. Da parte sua Marco Lugarà procede la sua ricerca seguendo coordinate ben precise: «Dico sempre che non si può avere un buon gelato senza una

77
PLASTICA ELIMINATA, CONTENITORI COMPOSTABILI E BORRACCE TERMICHE IN VENDITA, LEGATE A UN PROGETTO DI RIFORESTAZIONE

materia prima eccellente e una conoscenza tecnica approfondita che permetta di ottenere il risultato finale desiderato. Quest'anno ho deciso di approfondire la ricerca e proporre i gusti del territorio, come le more di gelso, con cui abbiamo realizzato una granita, o il gelato al fieno d'alpeggio, con il buon profumo di erba tagliata che si respira durante le camminate estive in montagna. Esco di più dal laboratorio per confrontarmi con le persone, cogliere i loro gusti, comprendere le loro esigenze e scoprire se la base tecnica sulla quale sviluppo le diverse preparazioni è in gra-

do di soddisfarli. Il gelato è forse più complesso da spiegare sui social, mentre la sua presentazione è immediata nel punto vendita e il cliente è più aperto alla prova, all'assaggio».

Un nuovo gusto può incuriosire, fare emergere ricordi, suscitare una risata o semplicemente non incontrare il favore di chi lo sta assaggiando; del resto non tutti hanno gli stessi gusti. Con il caffè tutto è più complesso, a cominciare dal fatto che pochi sanno che esistono più tipologie, gusti e aromi tra i quali potere scegliere e da sperimentare. In questo caso risulta più efficace un'immagine sui social, ad esempio di un cold drip, con la sua struttura verticale un po' "alchemica", che fa scattare la voglia di provare cosa si ottiene da un'estrazione a freddo che si protrae per 4-6 ed anche 8 ore. I due settori sono assolutamente sinergici e vivono la propria realtà parallela, fatta di ricerca e del piacere di offrire gusti inediti: una creatività che i clienti di SensoLato apprezzano da sempre. ●

L'INTERVISTA

«INVESTIAMO SUL CLIENTE CHE VUOLE SPERIMENTARE»

Lo scorso anno avete proposto il giro d'Italia attraverso i diversi gusti della tradizione. Qual è la vostra proposta oggi?

Voglio conoscere più a fondo la clientela e i suoi gusti, dunque sono tornato all'idea di partenza, più legata alle origini e al territorio, dove ricerco prodotti particolari. Ad esempio il miele di flora alpina prodotto da Apicoltura Andrea Giunta e le sue Api disobbedienti. Tra le proposte che stanno avendo un buon riscontro c'è il gelato al fieno d'alpeggio, con cui vogliamo risalire all'origine del latte con cui sono fatti i nostri gelati, che proviene dalle campagne che ci circondano ed è a chilometro zero. In esso si trovano il profumo dei fiori di montagna essiccati, che mettiamo in infusione nel latte: ricordano il profumo dell'erba tagliata che si coglie da maggio-

giugno quando si cammina in montagna. Ha sorpreso e piace molto questo gelato carico di ricordi, sapori e profumi.

C'è una buona sinergia tra gelato e caffè?

Pensando a questo locale, subito abbiamo voluto che potesse lavorare tutto l'anno e non solo i sei mesi classici per una gelateria. La ricerca si è fermata su un prodotto altrettanto popolare e di alta qualità, da cui la scelta degli specialty coffee.

I due settori si completano e sono in sinergia. C'è chi ha compreso la qualità partendo dal gelato e piano piano ha conosciuto il caffè, ne ha apprezzato le diverse sfumature di gusto, le diverse origini: un cammino complesso gradito a una clientela come la nostra, a cui piace anche sperimentare. N.R.

