

Con l'apertura del primo punto vendita diventa realtà questo nuovo format che offre gelato sempre fresco e cremoso, realizzato a vista, affiancando alla gelateria una frutteria e una caffetteria per coprire tutta la giornata.

Dove il gelato nasce sotto i vostri occhi

Alfredo Gelato, parole che richiamano subito la voglia di estate ed espressione di uno dei prodotti più tipici e apprezzati del nostro Paese. Se pensiamo però all'ennesima gelateria, ci sbagliamo. Rispetto al sistema tradizionale con laboratorio o al sistema "fai da te" che utilizza macchine di tipo soft, Alfredo traccia la strada per un nuovo modo di fare gelato: "a vista". La classica vetrina di questa innovativa gelateria si trasforma in laboratorio utilizzando singoli mantecatori al posto di pozzetti o vasche. A parlarcene è Matteo Scattolin, fondatore e managing director del brand Alfredo Gelato.

Come è nata l'idea di Alfredo Gelato?

«Durante un pranzo con un amico che produce i mantecatori utilizzati da Alfredo, ho immaginato e intuito il potenziale di questo nuovo metodo per fare gelato che abbandonava il classico laboratorio, quindi con spazi ridotti e meno costi, in grado di offrire un prodotto sempre fresco e cremoso grazie alla continua mantecazione. Per la prima volta si poteva mostrare la preparazione del gelato: partendo dalla base, che unita al latte e alla pasta viene mantecata, tutto davanti agli occhi del cliente. Un messaggio nuovo e forte da trasformare in un format».

Perché proprio "Alfredo"?

«Sono veneto, così ho pensato di giocare sull'espressione dialettale "Al-fredo" ("al freddo") mentre da casa, a Conegliano, guardavo il castello che si erge sul colle di Giano. Una delle più importanti divinità dell'antica Roma, raffigurata con due facce: una che guarda al passato e una al futuro. Inoltre era il dio degli inizi, quindi quale miglior viatico per Alfredo perché fosse di buon auspicio?».



Quali sono gli elementi fondamentali che caratterizzano il format di Alfredo?

«Alfredo lo possiamo immaginare diviso in 3 moduli: gelateria, frutteria e caffetteria. Questo perché il locale possa avere un'offerta completa e lavorare tutto il giorno. Il format si presenta come un'officina del gusto dove gelato, frutta e caffè offrono un percorso di grandi emozioni al cliente: emozioni visive, olfattive e gustative. Tutto ruota attorno al concetto di "mostrare e vedere", esaltando la freschezza dei nostri prodotti. Linee pulite e colori caldi avvolgono il cliente in un ambiente "social" ideale, tanto per la pausa quanto per lavorare, grazie alla connessione Wi-Fi gratuita e a un lungo e comodo divano blu munito di porte Usb e prese di corrente per la ricarica di apparecchi elettronici».

Ci parli un po' del prodotto. Com'è il vostro gelato?

«Ovviamente buono, ma sono di parte. Quello che però lo caratterizza rispetto all'attuale offerta di mercato

sono la sua freschezza e la sua cremosità, ottenute grazie alla continua mantecazione. Siamo fortemente convinti che la novità, in questo caso fare gelato "a vista", attiri i clienti in prima battuta, ma perché ritornino deve essere solo buono. È vero che il "buono" a volte è soggettivo, ma garantendo l'utilizzo di materie prime selezionate con una filosofia che ci porta a ricercare il delicato equilibrio tra ingredienti, ricette e lavorazioni, difficilmente si sbaglia. Oltre al gelato però, ci sarà anche una ricca offerta di centrifughe, estratti e smoothy davvero speciali, super nutrienti e molto rigeneranti, grazie all'utilizzo di "super cibi" come la *maca*, il *lucuma* o il *cardo mariano*».

Quali sono i vostri progetti di sviluppo?

«Alfredo è nato a febbraio del 2018 e il 27 ottobre di quest'anno apriremo il primo punto vendita all'interno dell'outlet Scalo Milano. Paradossalmente questa prima apertura è affiliata e anticipa quella diretta. Una grande soddisfazione, perché significa che la formula studiata è valida e vincente non solo per la novità nel fare il gelato davanti ai clienti, ma anche per quello che dimostriamo di essere: una squadra completa, affiatata e motivata, in grado di rispondere alle più diverse esigenze. Grazie al nostro team siamo in grado di supportare l'apertura di un punto vendita veramente "chiavi in mano" in Italia e all'estero: partiamo da una semplice piantina sulla quale iniziamo a costruire il locale fino alla gestione dell'inaugurazione».

Quali sono le caratteristiche della vostra formula di affiliazione?

«Chiunque si avvicinerà ad Alfredo non sarà mai visto



Da sinistra, in senso orario: Matteo Scattolin, managing director, Jacopo Casoni, designer, Nicola Cassol, financial controller e Luca Moretti, furniture production manager.

come un semplice affiliato, ma come un partner. Il nostro successo sarà la somma dei successi di tutti e partendo da questo presupposto abbiamo creato un percorso formativo, la Alfredo Academy, che prepara l'affiliato non solo all'apertura del punto vendita, ma per un anno lo assiste con una giornata mensile di affiancamento *in loco*. Ritengo che questo dimostri la grande attenzione che vogliamo dedicare non solo a chi vorrà aprire un nostro punto vendita, ma anche all'elevato standard qualitativo, di servizio e immagine che vogliamo offrire ai nostri clienti. Un'affiliazione chiara, semplice e conveniente, perché chiunque sarà interessato ad Alfredo in questa fase iniziale, dove l'obiettivo è posizionarci per creare il riconoscimento del brand, avrà il vantaggio di trovare delle condizioni molto favorevoli».



i Matteo Scattolin
Tel. 328 3244007
www.alfredogelato.it
matteo@alfredogelato.it

