

## Ostificio *Prealpino*

Naturalmente ciò deve avvenire senza che ci sia una sovrapposizione di sapore al gelato stesso: il cono deve essere sicuramente buono, ma non deve essere né molto dolce né aromatizzato perché coprirebbe le caratteristiche del prodotto che deve invece valorizzare. È per questo che da anni invitiamo a evitare i sapori dolciastrici degli edulcoranti o l'utilizzo di cialde troppo dolci o pasticciate (colgo l'occasione, per ricordare che ormai la legge vieta di usare nei coni contemporaneamente zucchero più edulcoranti!).”

*Può essere ancora più preciso?*

“I coni stampati italiani sono più adatti a valorizzare il gelato: sono freschi e croccanti e rifugono dall'eccesso di zuccheri, cosa che invece è inevitabile per i coni arrotolati che per loro natura hanno un trentacinque per cento di zuccheri, percentuale che nessun gelato ha, con la conseguenza che dopo la degustazione l'unico sapore che resta in bocca è quello dell'arrotolato, con buona pace del gelato e degli sforzi profusi per farlo bene. Già che ci siamo, ricordo anche che i coni stampati (e solo essi) consentono di avere una ghiera o balconcino che aiuta a spatolare il gelato, così come la tradizione gelatiera italiana impone. Un gelato ben spatolato su un bel cono è ben altra cosa rispetto alla serialità triste delle palline e al deprimente uso simil-industriale del porzionatore.



*“Una produzione artigianale con ingredienti di alta qualità, con cura delle ricette, delle metodiche, con tecnologie d'avanguardia, con personale esperto e motivato, per garantire coni e cialde che sappiano valorizzare il gelato: sono tutti risultati che non si improvvisano perché hanno alle spalle settanta anni di storia e di esperienza”*



Dico ciò senza polemica alcuna verso l'abitudine tipicamente veneta e tedesca di utilizzare il porzionatore, ben sapendo che questa modalità si era affermata quando gli ambulanti veneti emigravano verso l'Austria e la Germania per proporre il loro gelato e adottarono questa abitudine d'oltralpe: mi interessa però ribadire che nel modello vincente del gelato artigianale italiano nel mondo, fondamentale per mantenere il primato del nostro Paese, c'è sicuramente la proposta costante della lavorazione a spatola”.

*Torniamo al ruolo dell'Ostificio Prealpino ...*

“Un'altra battaglia titanica condotta negli anni ottanta fu quella di proporre un'ampia articolazione di formati diversi e, soprattutto, coni di grandi dimensioni e comunque, famiglie di coni di grandi dimensioni, adatte a coprire diverse fasce di prezzo da parte della gelateria. Impugnature più lunghe ed eleganti, corolle più marcate, ghierre importanti: lanciammo progressivamente il *Goal 2*, *Goal 1*, *Goal X*, *Goldengoal* ... e nel giro di pochi anni il mercato dei



coni cambiò radicalmente e migliorò moltissimo. Nonostante il nostro brevetto, ben sapendo che è quasi impossibile brevettare tutte le varianti, abbiamo avuto più di venti imitazioni, ma è noto a tutti che l'onore e l'onere di questa rivalutazione dei coni risale a noi e ne siamo orgogliosi. La stessa strada l'abbiamo poi percorsa con altre famiglie di coni, come ben dimostra il nostro ricco catalogo: il lettore può sbizzarrirsi cliccando sui diversi formati del nostro sito internet ([www.ostificioprealpino.com](http://www.ostificioprealpino.com)). Lo stesso spirito innovativo l'ab-

biamo esplicitato su altri due fronti, uno interno e uno esterno, per l'integrazione di gamma e la costruzione di rapporti unitari fra produttori".

*Cosa intende dire?*

"I produttori di coni del secolo scorso avevano piccole aziende individuali o familiari a caratterizzazione territoriale limitata ed erano chiusi nel loro orticello: anche per questo molti di essi sono spariti, per mancanza di continuità o di prospettive.

Abbiamo voluto promuovere l'interscambio, la crescita professionale congiunta, la condivisio-

ne di alcuni investimenti, l'integrazione delle reciproche produzioni, allargando la gamma con i formati degli uni e degli altri.

Abbiamo costruito questo percorso associato con Ali d'Oro di Teramo e Industria Cono Artici di Torino e ancora oggi nelle manifestazioni fieristiche condividiamo gli stessi stand e promuoviamo una immagine unitaria.

Anche sul piano internazionale, soprattutto in relazione agli arrotolati e a formati particolari come le *Conchiglie* e il *Fior di Loto*, abbiamo creato solide relazioni di interscambio con qualificati colleghi produttori, in particolare per gli arrotolati a bocca molto svasata da utilizzare come gran coppe da passeggio".

*Quale è il vostro canale distributivo principale?*

"Mi interessa particolarmente evidenziare che nella nostra vasta gamma produttiva abbiamo risposte ad ogni tipo di esigenza e, sia in Italia che all'estero, abbiamo distributori che coprono diversi segmenti di mercato, partendo dall'alto profilo dell'artigianalità, passando per gelaterie e locali misti come i bar-gelateria fino ai capillari livelli di somministrazione, compresi soft e ice-cream.

Inoltre siamo fornitori del canale *Cash and Carry*, che copre la composita utenza della ristorazione. È giusto che sia così, considerando anche la forza e la capacità produttiva della nostra azienda.