

# Il dopo Covid-19 spaventa, ma non ferma

**ABBIAMO CERCATO DI DELINEARE IL FUTURO DELLA PASTICCERIA CON CHI È DIETRO LE QUINTE, MA SVOLGE UN RUOLO FONDAMENTALE NELLA VITA DEI PROFESSIONISTI. UN VIAGGIO NEL MONDO DELLE AZIENDE SPECIALIZZATE NELLA FORNITURA DI MATERIE PRIME E ATTREZZATURE**

**C**osa comporta la saracinesca abbassata di una pasticceria? Un'attività ferma o con una produzione limitata è un domino che frena tante altre tessere, invisibili al primo sguardo. Significa personale fermo, magazzini pieni di materie prime fresche da "salvare", ordini sospesi. Dietro a un dolce, è vero, c'è un pasticcere. Ma dietro di lui c'è un mondo intero fatto anche di distributori specializzati che lavorano fianco a fianco dei professionisti garantendo non solo materie prime di massima qualità, ma un supporto costante per formazione, crescita professionale, perfezionamento tecnico, innovazione.

Il mondo della distribuzione è quel dietro le quinte che fa alzare il sipario delle eccellenze. Sin dai primi giorni dell'emergenza sanitaria, **le aziende di distribuzione hanno continuato a garantire il proprio servizio preservando al tempo stesso la salute e la sicurezza di clienti e dipendenti.**

A loro, che vivono in prima linea la difficoltà degli artigiani non come spettatori ma come partner, come professionisti che più di tutti tastano il polso della situazione, conoscendone i punti di forza, le potenzialità, le prospettive di ripresa abbiamo chiesto **come hanno organizzato il lavoro durante il periodo buio e come, alzando lo sguardo sul domani, progettano il futuro.** Ne è emerso il ritratto di un mondo pronto a ripartire, che punta su nuove formule di contatto con i clienti sempre più all'insegna delle nuove tecnologie e investe su innovazione e crescita aziendale. Un mondo aperto alla collaborazione e alla crescita, che vede nella creatività dei professionisti l'arma vincente per rialzarsi. Un mondo che rappresenta

un'eccellenza italiana, che non può essere abbandonato e allo stesso tempo deve essere in grado di fare squadra per far sentire la propria voce. Un mondo che si è fermato, ma non spezzato.

## **INNOVAZIONE, UN PUNTO DA CUI RIPARTIRE PIÙ FORTI E RICETTIVI**

Il ciclone Covid-19 è arrivato in Italia all'improvviso, cambiando radicalmente modus operandi e prospettive delle aziende di distribuzione che, da un giorno all'altro, si sono viste costrette a rivoluzionare il modo di lavorare e di rapportarsi con i clienti. Uno sconvolgimento da cui gli imprenditori

hanno trovato lo slancio decisivo per consolidare la costante tensione all'innovazione applicata alla interrelazione tra i dipendenti e con i professionisti, alla messa in sicurezza di tutti gli spazi e gli strumenti di lavoro.

Come ha fatto **Artedolce**, azienda di Parma specializza nella fornitura di materie prime, cartotecnica e attrezzature che, come ci racconta **Jacopo Zinelli, Responsabile Direzione e Affari Generali**, fin da subito si è attivata per «definire e migliorare un vero e proprio decalogo di comportamento che ha innalzato al massimo la linea di sicurezza nei riguardi i nostri collaboratori attraverso l'utilizzo sistematico di Dpi personali, l'introduzione di norme per il rispetto delle distanze di sicurezza e la completa sanificazione degli ambienti di lavoro e dei mezzi di trasporto, che sono il cuore della nostra attività».

Innovazione e collaborazione, ecco come ripartire più forti



DOLGESALATO

Da sempre attenta all'organizzazione interna con funzioni aziendali ben definite e con competenze specifiche per ruolo **Arte Bianca**, realtà di distribuzione di Brescia per gelaterie, pasticcerie, panifici e ristorazione, ha investito sulla digitalizzazione dei processi sia del ciclo attivo sia del ciclo passivo, con l'implementazione di sistemi informativi spinti e in continuo aggiornamento. «Durante l'emergenza – sottolinea **l'Amministratore Delegato Gianpaolo Foglio** – nonostante la nostra rete vendita fosse costretta dentro le mura domestiche, Arte Bianca ha continuato a garantire il servizio di distribuzione, ricevendo gli ordini attraverso il portale B2B, i tablet della rete vendita da casa, il nostro call center e anche attraverso lo shop online B2C. Non sto parlando di una perdita di importanza della visita al cliente da parte di un funzionario aziendale, bensì di un upgrade della figura commerciale che dovrà essere formato per finalità consulenziali rivolte al cliente. A valle della filiera a cui appartiene Arte Bianca, già prima dell'emergenza, stavamo vedendo crescere il fenomeno del consumo a domicilio garantito da provider internazionali che svolgono la loro funzione tramite delle app e la nascita di "dark kitchen" atte alla produzione di cibo per il delivery. Durante l'emergenza, in tempi da record, molti dei nostri clienti più attenti si sono adoperati per garantire un servizio di consegna a domicilio. Questo fenomeno credo avrà un'esplosione e diventerà sempre più un'abitudine comune. Arte Bianca innalzerà ulteriormente il livello di guardia sulle procedure in tema di sicurezza igienico sanitaria: dall'inizio dell'emergenza abbiamo già messo mano più volte e inserito nuove procedure al documento di valutazione dei rischi e al manuale di autocontrollo».

Smart è la parola che più identifica la mission di **Dimarno Group**, azienda di Altamura in provincia di Bari specializzata nella commercializzazione di prodotti surgelati e nel Foodservice, che anche in questa occasione ha trovato il modo giusto per superare la lontananza fisica e facilitare la vita dei professionisti. «Siamo consapevoli che l'evento che ci sta interessando è straordinario e

che non ha precedenti – sottolinea **Donato Dimarno** –. Dopo una prima fase di confusione e incertezza, bisogna "rimboccarsi le maniche" e passare alla seconda fase di reazione. Tutte le certezze e le dinamiche valide fino a ora devono essere necessariamente riviste, bisogna innovare il sistema distributivo con strumenti e canali comunicativi più efficaci che facilitino l'aggiornamento, la formazione e l'informazione della clientela. A tal riguardo, già da qualche mese, abbiamo sviluppato un'app che agevola tutto ciò. In questo scenario, punteremo ulteriormente sul nuovo strumento e investiremo su altri fronti per rendere la Dimarno sempre più smart». Informatizzazione è la parola d'ordine anche a **Proba Punto Dolce**, realtà specializzata in materie prime, semilavorati e imballi per pasticceria, panifici, gelateria e ristorazione attiva sulle province di Genova, Savona e Imperia. «La nostra azienda era già impostata per svolgere le diverse competenze in modalità fortemente informatizzata – ci racconta il **Presidente Ennio Gianni** –. Una condizione che ci ha permesso di poter gestire fin dai primi giorni la maggior parte delle nostre attività in smart working. Un metodo di lavoro che già utilizzavamo e che questa emergenza ha portato a conclusione, completandone il perfezionamento. Ci stiamo impegnando per finalizzare la possibilità di acquisto attraverso lo shop online del nostro sito: il progetto di vendita sul web era in fase di studio da tempo e presto farà parte integrante delle opportunità date ai professionisti. Non sarà certamente una risposta sufficiente a colmare i disavanzi negativi del mercato tradizionale, ma abbiamo ritenuto che fosse un'azione "dovuta" intercettare le richieste di un consumatore sempre più vivo e ricettivo». Rivedere le modalità di servizio e distribuzione per garantire ai professionisti di avere sempre a disposizione materia prima fresca, ma senza i timori di vederla sprecata, è un impegno che **Luciano Di Luca titolare di Elle&Elle Srl** – azienda specializzata nella vendita di materie prime per pasticcerie, panifici, gelaterie, pizzerie e Horeca di Pineto, in provincia di Teramo – ha voluto prendere con tutti i suoi clienti.



“ **Jacopo Zinelli, Artedolce:** Dobbiamo essere noi italiani a investire nel nostro Paese per poter ripartire insieme ”



“ **Gianpaolo Foglio, Arte Bianca:** In futuro si investirà più sul delivery e in sistemi di comunicazione digitale ”



“ **Ennio Gianni, Proba Punto Dolce:** Un associazionismo ben strutturato può consentire di richiedere misure credibili ”



«Dopo aver buttato parecchi prodotti e materie prime a causa del blocco improvviso – sottolinea Di Luca – e vista la probabile incertezza che caratterizzerà il mondo della pasticceria, i clienti hanno timore di riempire nuovamente i loro scaffali e magazzini con materie prime. Per questo motivo metteremo in atto un servizio di distribuzione ancor più capillare, con consegne più frequenti e ravvicinate rispetto a prima. Abbiamo pensato a questo per poter rispondere a qualsiasi esigenza improvvisa e per poter sopperire a quello che crediamo, almeno in una prima fase, sarà un mercato altalenante».

### SOSTEGNO AGLI ARTIGIANI, SIAMO PARTNER E ALLEATI

Il lockdown di quasi due mesi ha inevitabilmente lasciato dei segni economici e organizzativi, ma la voglia di ricominciare è grande. Così come hanno sempre fatto, le aziende di distribuzione si organizzano non solo per ripartire, ma anche per offrire ai professionisti tutti gli strumenti per farlo con loro.

«La nostra filosofia aziendale è essere partner dei nostri clienti – sottolinea **Jacopo Zinelli, Responsabile Direzione e Affari Generali di Artedolce di Parma** – per questo abbiamo adottato una politica di dilazionamento dei pagamenti, al fine di evitare che molti professionisti debbano chiudere auspicando in una più immediata ripresa di questo settore. Inoltre agiremo anche su promozioni mirate e metteremo a disposizione la massima flessibilità che ci ha sempre contraddistinto».

Una politica di sostegno sposata anche da **Elle&Elle**. «Insieme ai miei soci **Luca Alfieri e Giovanni Izzotti** – sottolinea **Luciano Di Luca** – abbiamo già studiato un piano commerciale che prevede l'applicazione di forti sconti extra su un numero elevato di articoli. In questo modo speriamo di poter fare la nostra parte aiutando i nostri clienti ad aumentare la marginalità e recuperando almeno in parte l'utile perso in questi due mesi di stop forzato».

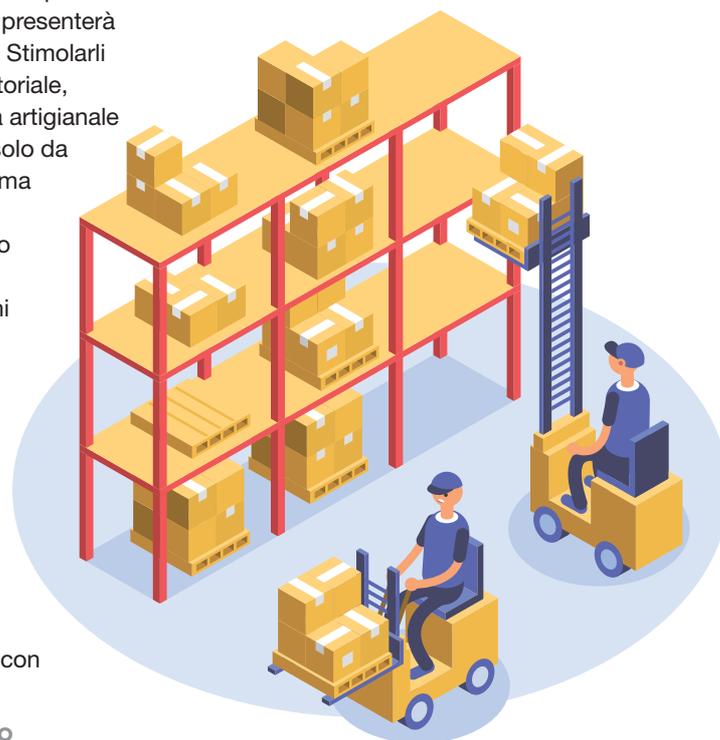
Una catena di aiuto per rinascere a cui, secondo **Gianpaolo Foglio, Amministratore Delegato Arte Bianca**, deve affiancarsi anche il Governo con azioni concrete e immediate.

«Questa pandemia ha creato una brusca frenata dei consumi e un conseguente arresto di circolazione del denaro: uno dei temi più caldi è la mancanza di liquidità finanziaria per far fronte agli impegni già presi. Alla ripartenza la difficoltà sarà addirittura maggiore e mi auguro che il meccanismo di garanzia sui prestiti alle imprese messo in atto dall'attuale Governo funzioni con rapidità e concretezza e che, chiunque si trovi nella condizione di scarsa liquidità, si adoperi per utilizzare queste risorse. Confido inoltre che verranno messi in campo aiuti ancor più tangibili e risolutivi. Da parte nostra, purtroppo, la norma dell'Art. 62 non ci aiuta, ma cercheremo di supportare la nostra clientela».

Il sostegno ai professionisti passa anche attraverso un atteggiamento propositivo alla creazione e a una forma di approvvigionamento più flessibile e adattabile allo sviluppo degli eventi futuri. Per il **Presidente di Proba Punto Dolce, Ennio Gianni**, ciò che non si deve fermare è proprio la testa dei professionisti, la loro voglia di creare, innovare e ripartire con uno slancio diverso.

«Come azienda, avremo una maggiore sensibilità per la clientela che ha sempre rispettato un sano rapporto commerciale. Il nostro sostegno si concretizzerà anche nel supporto alla scelta di nuovi modelli di offerta, affiancandoli e partecipando in questo percorso nuovo che presenterà certamente molte incognite. Stimolarli verso una crescita imprenditoriale, sottolineando che un'attività artigianale non può più sentirsi risolta solo da un aspetto produttivo di ottima qualità. Oggi più che mai è necessaria una visione molto più variegata e completa, con competenze e attenzioni che devono abbracciare tutto il mondo dell'impresa. Comunicazione, marketing, gestione di tutte le risorse, non sono più aspetti trascurabili o di secondo piano. Non bisogna certo dismettere gli abiti dell'artigiano che produce qualità indiscutibile, ma indossare definitivamente e con

cognizione anche quelli di imprenditore. Per fare questo passaggio obbligato sono necessarie tre prerogative: la consapevolezza di quanto sia determinante farlo subito, la disponibilità al cambiamento e infine l'acquisizione delle competenze per poterlo realizzare. In questa emergenza terribile c'è un lato positivo, la risorsa del tempo. Una variabile che prima non era mai sufficiente. Starà ai più "pronti" utilizzarlo al meglio per crescere velocemente e tutto ciò farà la differenza per interpretare al meglio il nuovo mercato che troveremo dopo». Tener conto dei tempi della ripartenza e dell'incertezza sulla gestione degli spazi pubblici è per **Donato Dimarno, Responsabile Commerciale Bakery della Dimarno Group**, indispensabile per essere di supporto ai professionisti che «avranno necessità di un assortimento di prodotti e un servizio più efficiente e flessibile per avere un magazzino più snello, che garantisca maggiore freschezza degli ingredienti e minore investimenti in termini economici. Investiremo anche sul servizio, migliorandolo e arricchendolo per dare occasione agli artigiani di allargare il proprio respiro produttivo, prendendo in considerazione richieste che spaziano tra il dolce e salato».





“**Luciano Di Luca, Elle&Elle:** Forti sconti extra su un numero elevato di articoli per sostenere i nostri clienti”



“**Donato Dimarno, Dimarno Group:** Abbiamo sviluppato un'app che facilita il contatto con i clienti in sicurezza”

## LA PASTICCERIA ITALIANA, UN FUTURO DA COSTRUIRE E REINVENTARE

Da questi presupposti nasce il ritratto della pasticceria italiana del domani, che prende linfa vitale da quella che è parte integrante del suo Dna: **la creatività, la passione per il proprio lavoro, la capacità di far nascere capolavori di gusto e di estetica.**

Cosa cambierà quando il lockdown totale sarà un ricordo? Come si ripartirà? Quale sarà il nuovo volto della pasticceria? Domande che per il momento non hanno una risposta certa, ma che rappresentano il germe di una nuova vita che passerà – anche – dal delivery.

«Il pasticcere deve valutare nuovi modi di confezionare e distribuire i prodotti, arrivando direttamente a casa del cliente con consegne a domicilio – sottolinea **Donato Dimarno** –. Per gli italiani la pasticceria fa parte dello stile di vita e quindi è immancabile nelle ricorrenze e nella vita quotidiana. È necessario comprendere che la situazione impone a tutti di reinventare le dinamiche di

interrelazione e vendita. Alla luce di tutto questo, la parola d'ordine è “reinventarsi”. Siamo sicuri che torneremo ad allietare i giorni e i palati degli italiani con le mille specialità dei grandi pasticceri italiani». Anche per **Jacopo Zinelli di Artedolce** si dovrà fare i conti con un netto cambio di abitudini. Pasticcerie e gelaterie saranno chiamate a investire in una nuova tipologia di consegna a domicilio o spedizione. «Dal punto di vista economico – aggiunge Zinelli – lo Stato deve immettere denaro per dare uno slancio importante all'economia. Noi, oltre a pasticcerie, gelaterie e gastronomie, serviamo anche tanti ristoranti e alberghi che anche loro hanno bisogno di un aiuto economico vero e importante. Il giorno in cui ci sarà “ridata” la possibilità di andare in vacanza e girare l'Italia, dobbiamo essere noi italiani i primi a investire nel nostro Paese per poter far ripartire la macchina dell'economia».

Una presa di responsabilità da parte dello Stato e dei cittadini è auspicata anche da **Luciano Di Luca, Titolare Elle&Elle.**

«A causa di questa emergenza la pasticceria italiana ha perso due delle principali festività, ovvero due importanti fonti di guadagno annuali: San Giuseppe e la Pasqua, momenti di vendita che singolarmente portano guadagni pari a due mesi di lavoro senza eventi particolari. Non dimentichiamo, inoltre, che il 90% delle pasticcerie oggi sono anche caffetterie, quindi locali di ritrovo, dalla colazione all'aperitivo serale. La riapertura si tradurrà in ulteriori ripercussioni negative a livello di numero di clienti giornalieri. Credo che le misure più importanti debbano giungere dallo Stato e dovranno essere drastiche: da qui a fine anno azzeramento delle tasse e sgravi totali sui contributi. Solo così le pasticcerie potranno mantenere i dipendenti, pagare i fornitori, evitare di inceppare il meccanismo che regge il mercato e salvare una stagione ormai compromessa. Solo così si potrà provare a far ripartire un settore certamente marginale, perché non si parla di beni di prima necessità, ma allo stesso tempo fondamentale perché si basa sulla condivisione e sulla tradizione dell'arte pasticceria, concetti molto importanti per gli italiani».

Il “noi” è un concetto pre-gno di significato. L'abbattimento del confine dell'altro è la chiave per non lasciare nessuno in balia dei propri problemi che, inevitabilmente e come un domino, rischierebbe di far crollare tutto il sistema. Fare squadra è per **Ennio Gianni di Proba Punto Dolce** la chiave per far sentire la propria voce. «Solo una forma di associazionismo credibile, ben strutturato, coinvolgente, privo di inutili protagonismi o interessi spiccioli e personali può consentire di richiedere misure credibili. Il mercato artigianale è vivo e fortemente apprezzato, ma c'è troppa confusione e disinformazione. Le voci sono per lo più deboli o figlie di interessi personali: non si pensa alla categoria, ma alla propria singola azienda. Sino a che non verrà data la giusta dignità a questa fantastica professione, sarà impossibile fare progetti e richieste importanti. L'artigianato è caratterizzato e fortificato dalle diverse individualità ma non deve più essere penalizzato dall'individualismo se vuole essere rispettato e giustamente riconosciuto. Se questo mondo sarà capace di raccogliersi sotto regole che deciderà comunemente e che pretenderà siano poi rispettate, potrà acquisire definitivamente il peso e le soddisfazioni che merita».

Una visione di rinascita sposata anche da **Arte Bianca**. «Non credo che il ruolo della pasticceria artigianale italiana avrà bisogno di un rilancio sociale – sottolinea l'Ad **Gianpaolo Foglio** –. Prima dell'emergenza era un ambito che riscuoteva grande interesse e attenzione da parte del mercato, come tutto il comparto food. Dal punto di vista economico invece ci vorrà del tempo, forse anche qualche anno: questa emergenza e il blocco totale hanno distolto l'attenzione da parte di molti consumatori verso i prodotti di consumo non di prima necessità; è indubbio, inoltre, che saremo investiti da un periodo di recessione che interesserà tutti i settori della nostra

economia. Torneremo però ai numeri e all'attrattività a cui eravamo abituati; la pasticceria artigianale italiana ha visto la sua grande affermazione e crescita proprio a partire dagli anni della crisi che ci ha investito tra il 2007 e il 2013. Mi auguro di poter rivedere lo stesso fenomeno».

