

Piccoli capolavori di pasticceria

Non si arrestano i cambiamenti nel settore alimentare che nel corso degli ultimi anni ha conosciuto un complessivo incremento complice anche il miglioramento dei prodotti dovuto soprattutto a un ritorno all'artigianalità. È questa la medesima strada intrapresa dalla pasticceria Arte Dolciaria che offre un servizio completo e attivo 365 giorni l'anno. «Puntiamo alla qualità dei prodotti realizzati con l'impiego di materie prime naturali, quindi non vegetali e chimiche, e a chilometro zero - spiega Guido Orsi, titolare della pasticceria Arte Dolciaria con alle spalle una storia lunga dodici anni -. Prestiamo, inoltre, molta attenzione alla puntualità nella consegna impiegando la migliore innovazione». La produzione della pasticceria spazia dai prodotti lievitati a quelli non lievitati, dai dolci al cucchiaio a una vasta gamma di biscotteria fino alle torte secche e al salato da colazione. «I nostri prodotti di punta restano senz'altro quelli lievitati destinati alla prima colazione - aggiunge Guido Orsi -. Si tratta della nostra vasta gamma di brioches. I valori sui quali abbiamo deciso di investire maggiormente sono le materie prime a chilometro zero, avendo cura di mantenere un giusto equilibrio tra genuinità del prodotto, qualità e apporto calorico. Nelle nostre attività ci facciamo aiutare da macchinari all'avanguardia benché l'apporto del personale resti in ogni caso fondamentale». L'azienda ha avuto avvio con il rilevamento dell'attività da parte di Guido Orsi il quale da subito ha fatto dell'arti-

Nei suoi prodotti Guido Orsi ha deciso di scommettere su materie prime a chilometro zero e un giusto equilibrio tra genuinità del prodotto, qualità e apporto calorico. Un'intuizione vincente che gli permette di guardare oggi anche alla Gdo



Guido Orsi, titolare della **Pasticceria Arte Dolciaria** di Parma
www.artedolciariasrl.it

gianalità nell'ampia produzione dolce-salata il diamante della corona di questo progetto. Il cavallo scelto da Guido si è rivelato es-

sere quello giusto. Se agli albori erano solo una cinquantina i clienti fissi dell'azienda, negli anni si è assistito a un costante incremento. Oggi sono ben oltre quattrocento le attività che si avvalgono delle delizie da forno giorno dopo giorno. E non sono soltanto questi i passi in avanti compiuti dal momento che la vetrina che attirava i golosi dal lunedì al sabato, sabato notte compreso, ha subito un cambiamento radicale: «Come il ranocchio trasformato in principe - commenta il titolare adottando una famosa metafora - la vetrina si è trasformata in un punto vendita vero e proprio che nulla ha da invidiare ai panorami delle migliori pasticcerie. Forte del bancone di vetro dove pizzette, panzerotti, panini e una vasta gamma di prodotti di pasticceria fresca e pasticceria secca campeggiano ogni giorno in esposizione convertendo desideri in abbondanti produzioni di acquolina». Nel 2010 l'azienda ha compiuto un'ulteriore crescita con l'apertura nel cuore di Parma di una vera e propria pasticceria vestita da elegante lounge bar, nel quale, oltre a trovare l'intera gamma dei prodotti della pasticceria Arte Dolciaria, si può godere da mattina a sera grazie anche alla cucina, alla pizzeria interna e alla zona cocktail per i golosi dell'aperitivo.

Nel 2018, considerato il successo riscosso da questo primo esperimento, si avvia un nuovo locale commerciale in Via Mazzini a Par-

dei quali il team della pasticceria ha costruito un vero e proprio rapporto di fidelizzazione. La grande distribuzione organizzata, tuttavia, continua ad essere l'obiettivo principale di Guido e del suo team. Accanto alla fervente attività consolidatasi negli anni, la nuova idea lanciata nel 2018 diventa quella di proporre anche alle grandi catene commerciali la solita e inossidabile qualità del prodotto artigianale di pasticceria accompagnato da un packaging sicuro, diretto, in grado di valorizzare l'immagine della pasticceria Arte Dolciaria. «Negli ultimi anni abbiamo concentrato i nostri sforzi per ottenere una maggiore capillarità del servizio di distribuzione - conferma Guido Orsi -. In particolare, ci siamo concentrati nella zona di Piacenza e stiamo lavorando per l'inserimento nella Gdo. Ugualmente centrali nella

IL FIORE ALL'OCCHIELLO

I nostri prodotti di punta restano senz'altro quelli lievitati destinati alla prima colazione: la nostra vasta gamma di brioches



ma. Il lavoro non si ferma davvero mai. Ogni notte sono sette i furgoni che corrono per le strade della città di Parma e in tutto il nord Italia per rifornire tutti gli oltre quattrocento clienti con molti



nostra strategia espansiva si sono mostrati gli investimenti sul personale e quelli destinati all'introduzione in azienda di macchinari all'avanguardia. In collaborazione con il nostro grafico sono, poi, stati studiati oltre al packaging ad hoc che ci fa riconoscere anche nella Gdo, la nuova immagine dell'azienda e il nuovo sito internet che si sono rivelati vincenti e ci hanno aiutato a trasmettere a più ampio raggio le nostre caratteristiche di artigianalità».

■ Luana Costa

UN BILANCIO DELL'ATTIVITÀ

Il fatturato aziendale nel 2018 è cresciuto in modo esponenziale rispetto agli anni passati. Obiettivi del 2019 restano sicuramente il consolidamento del fatturato del 2018 con l'aspettativa di ottenere un maggior riscontro nel mercato della Gdo dove l'azienda ha appena effettuato il suo ingresso. Contestualmente la pasticceria sta investendo sulla Gdo e allargando il servizio ad hotel e per il 2019/2020 ha in programma di investire sull'ampliamento della capillarità in zone in cui al momento o non siamo presenti o il servizio non è ancora del tutto ottimale.