

VareseNews

IceOut 2019, Sedicigusti: “Solo gli ingredienti migliori per tenere alta la bandiera di Busto Arsizio”

Pubblicato: Martedì 27 Agosto 2019



IceOut 2019 – il concorso di *VareseNews* con il supporto di **Forbar** e **Chicco d’Oro** – è arrivato all’ultimo passo, la finale. Vi presentiamo oggi **Sedici Gusti di Busto Arsizio**, una delle magnifiche dieci che si giocheranno il titolo in palio come migliore gelateria della provincia.

Raccontateci la vostra storia: chi siete e quando avete aperto la gelateria?

«La nostra storia – spiega Massimiliano Trufolo, titolare e mastro gelataio – inizia nel 2010, quando avevo 21anni ed ero di ritorno da un’esperienza all’estero, nel settore della trasformazione agroalimentare. Tornato a Busto capisco di voler creare qualcosa di mio: essendo appassionato di ristorazione, decido di iscrivermi ad un corso della Scuola Italiana di Gelateria, una delle migliori al mondo. Dopo un periodo di studio, con mia moglie Nicoletta Barlocco abbiamo aperto il primo nucleo di quello che sarebbe poi diventato il locale di oggi, incentrato su, appunto, sedici gusti classici e quattro a rotazione, seguendo la moda e le stagioni. Inoltre dal 2016 abbiamo aperto un secondo punto vendita a Varese».

Quale caratteristica vi contraddistingue?

«Utilizziamo, per ogni singolo gusto, frutta ed ingredienti scelti, per la stragrande maggioranza italiani. Ovviamente per i gusti di frutta le stagioni sono importanti, e quindi cerchiamo di assecondarle proponendo ai nostri clienti prodotti genuini. Abbiamo poi sviluppato tutta una linea di torte, ghiaccioli e torte gelato che seguono la medesima filosofia. Inoltre ci teniamo molto a lavorare con un personale

appassionato e qualificato, proponendo continui corsi di aggiornamento, anche per quanto riguarda l'interfacciarsi con i clienti. Io stesso collaboro con una scuola di Busto, per trasmettere la cultura del buon gelato e le sue ricchezze».

Qual è il segreto del vostro successo?

«I corsi di aggiornamento sono sicuramente una fetta importante della nostra realtà, insieme anche alla passione e all'impegno che ogni mattina ci mettiamo per fare il gelato di giornata. Quotidianità, alta qualità, conoscenza dei processi e degli ingredienti giusti, tutte cose che per noi sono imprescindibili. Con gli anni siamo riusciti ad espanderci, aprendo anche la parte di caffetteria: non ce l'aspettavamo, ma molta gente mangia anche il gelato d'inverno. Soprattutto sotto Natale, quando già a novembre ci arrivano le prenotazioni per i panettoni-gelato. Nata quasi per scherzo per sopperire al letargo dei mesi più freddi, la caffetteria ci ha permesso di sperimentare e conoscere meglio i gusti dei clienti».

Classici o sperimentali: come nasce la vostra selezione di gusti?

«Abbiamo costruito la nostra gelateria pensando ad avere sedici gusti fissi, con ingredienti reperibili tutto l'anno, più quattro che alterniamo appunto per moda o per stagioni. C'è sempre un processo creativo dietro e molto studio: andiamo a cercare l'ingrediente giusto tra i mille possibili per la varietà precisa di gelato che volgiamo ottenere, oppure sperimentiamo, creando abbinamenti seguendo il gusto nostro e i feedback che otteniamo dai clienti».

Qual è il gusto che i vostri clienti amano di più o che vi distingue dagli altri?

«Quello che va di più, in generale, è sicuramente il Sette Veli al Pistacchio. Anche perché utilizziamo solo pistacchio di Bronte certificato, un ingrediente che si sposa bene con tutto, ovunque lo metti sai di andare a creare qualcosa di gustoso e allettante».

Un aneddoto o una curiosità?

«Non è un vera e propria curiosità, ma lascia intendere come i nostri clienti abbiano percepito la nostra filosofia di fondo, che è quella di guardare il gelato a 360 gradi: l'altro giorno una signora ci ha chiesto di prepararle delle monoporzioni di un gelato salato, a base di arachidi, per poterle servire come antipasto, tra l'altro abbinando il tutto con del formaggio».

Qual è il vostro rapporto con i social e come gestite la comunicazione?

«Sui social stiamo cercando di espanderci, puntando molto su Instagram, che permette anche un'interazione, più o meno profonda, tra noi e chi vuole i nostri prodotti. Da qui passa un'ulteriore espansione, quella che pensiamo di fare, per gradi, in altre città della Lombardia. Dico per gradi perché ci teniamo a seguire in prima persona i locali, e stiamo capendo tempi e metodi. Ci siamo anche cimentati su piattaforme come Deliveroo, un esperimento che sta andando bene, contando che negli orari di punta siamo arrivati a lavorare davvero tanto con il domicilio. Una forma nuova di intendere il gelato, ci siamo detti, "siamo giovani e vogliamo stare al passo con i tempi" e così ci siamo buttati". Essendo l'unica gelateria della città ad essere arrivata in finale, cercheremo di tenere alta la bandiera e i social sono l'arma perfetta per questo».

Che rapporto avete con il territorio e con il turismo?

«Di idee ce ne sono un milione, sta a noi seguire quelle che pensiamo possano essere vincenti. A breve apriremo un laboratorio per bambini, in inglese, dove si potrà imparare a fare il gelato partendo direttamente dalle materie prime. Per quanto riguarda il turismo invece, se a Busto è molto più raro, a Varese è facile che i turisti scelgano il nostro punto vendita. È proprio un mercato diverso, ma ugualmente appassionante».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it

