

# il pasticciere e GELATIÈRE ITALIANO

Powered by



COVER STORY

PASTICCERIA MODENESE // SPAZIO GENIO  
STRATEGIE PER GRANDI IMPRESE ARTIGIANE



www.italiangourmet.it // n. 3 aprile 2024



**NUOVA RUBRICA**  
L'UNIVERSO GLUTEN-FREE:  
DATI E OPPORTUNITÀ



**DOSSIER CERIMONIE**  
IDEE E SOLUZIONI  
PER FAR FRUTTARE LE FESTE

italiangourmet

A cura di **Anna Celenta**  
Photo **Carlo Casella**

È UNA REALTÀ AFFERMATA SUL TERRITORIO. CONTA SEI SOCI, UN CENTINAIO DI DIPENDENTI E UN GRANDE LABORATORIO CENTRALE CHE SERVE QUATTRO PUNTI VENDITA E NON SOLO. IL NUOVO LOCALE DI SASSUOLO È SOLO L'ULTIMO TASSELLO DI UN PROGETTO IMPRENDITORIALE PRECISO, CHE UNISCE IDENTITÀ, ACCOGLIENZA, TECNOLOGIA E OTTIMIZZAZIONE. SENZA SNATURARE LE ORIGINI. MARCO SILVESTRI E GABRIELE GRAZIOLI CI RACCONTANO COME SI POSSONO FARE GRANDI NUMERI RESTANDO ARTIGIANI

# PASTICCERIA MODENESE // SPAZIO GENIO

## STRATEGIE PER GRANDI IMPRESE ARTIGIANE

**L**a Pasticceria Modenese nasce nel 1989 dalla volontà di Ennio Grazioli che, insieme al fratello e a un amico, apre un laboratorio di pasticceria artigianale per rifornire i bar dell'Emilia Romagna. Il servizio partiva da Modena ma si spingeva a nord verso Reggio e Parma e a sud fino a Bologna. In più, si producevano torte da cerimonia e altre referenze per matrimoni e feste in genere. Intorno alla metà degli anni '90, la grande distribuzione bussava alla porta della Pasticceria Modenese, «questo permise di strutturare l'azienda secondo standard qualitativi di processo e di prodotto che ne hanno favorito l'evoluzione e la crescita fino a oggi», spiega Marco Silvestri, uno dei soci. È anche grazie a questo che la Pasticceria Modenese può contare su quattro punti vendita. «Ci tengo a sottolineare che nonostante questo restiamo artigiani», precisa Gabriele Grazioli, un altro socio nonché figlio del fondatore. «Con la sola differenza che non abbiamo un solo pasticcere, ma diversi. Sei persone che fanno le torte a mano, piuttosto che dieci a produrre i croissant. Insomma, abbiamo una produzione con volumi industriali, ma fatta artigianalmente. Abbiamo gli stessi metodi, la stessa attrezzatura e le stesse ricette di un piccolo laboratorio in cui, però, lavorano

un centinaio di persone, sette giorni a settimana, trecentosessantacinque giorni l'anno». Il laboratorio centralizzato si trova a Modena, qui sorge anche il primo punto vendita. «Aperto inizialmente come spaccio, alla fine si è rivelato molto di più», spiega ancora Grazioli. Un altro punto vendita, sempre a Modena, uno a Carpi e infine l'ultimo, a Sassuolo, aperto una settimana prima della nostra visita e inaugurato il 20 aprile. La società di oggi, a livello numerico e di persone, si è costituita nel 2019 ed è composta dai già citati Ennio e Gabriele Grazioli e Marco Silvestri, Luca Stanzani, Luca Scapinelli e Davide Ferrari.

### UNA PRODUZIONE COMPLETA, AD HOC PER OGNI TARGET

«I prodotti destinati alla vendita nei nostri punti vendita sono studiati ad hoc. Questi hanno un processo di lavorazione e una scelta di materie prime differente, rispetto a ciò che produciamo per conto terzi», spiega Silvestri. Alla base del business dell'azienda c'è il servizio a trecentosessanta gradi, «la famiglia che viene a trovarci trova dal dolce al salato, dalla colazione alla merenda fino al gelato. Mancava solo la caffetteria che, però, abbiamo aggiunto con la nascita dei nuovi punti vendita. Insomma,



***Pasticceria Modenese***  
V.le Caduti sul lavoro 45  
Modena  
[pasticceriamodenese.com](http://pasticceriamodenese.com)



## LA PASTICCERIA MODENESE IN NUMERI

**1989** anno di fondazione

**6** soci dal 2019

**1** laboratorio centralizzato

**4** punti vendita, **2** a Modena,  
**1** a Carpi, **1** a Sassuolo.

**106** dipendenti, di cui **26**  
addetti alla vendita, **7** negli  
uffici e il resto in produzione

Produzione **h24**, **7** giorni su  
**7**, **364** giorni l'anno (chiuso  
il 1° gennaio solo negli ultimi  
2 anni)

Circa **550** referenze

**1000** kg di crema pasticceria  
prodotti al giorno

**350/400** brioche vendute il  
sabato e la domenica

Punti vendita, orario  
continuato **7-20**. Il punto  
vendita di Modena, vicino al  
laboratorio, chiude alle **22**.

cerchiamo di offrire un servizio completo e lo facciamo al massimo delle nostre possibilità. Per esempio, con il caffè diamo sempre un goccio d'acqua e un biscottino. E poi nelle nostre pasticcerie si trovano solo i nostri prodotti; per l'aperitivo, ad esempio, serviamo solo stuzzichini fatti da noi», racconta Grazioli.

### MISSIONE: QUALITÀ FRESCA QUOTIDIANA

La vendita di brioche e croissant nei punti vendita è partita per «orgoglio personale» «volevamo dimostrare ai bar che il fresco è meglio, basta sapersi gestire per non sprecare. Oggi, in un sabato o una domenica, facciamo quasi quattrocento croissant. La produzione che si trova in negozio è il nostro biglietto da visita perché, da sempre, la nostra forza sta negli ordini per le feste e le cerimonie in genere», dice Grazioli. «La caffetteria è una parte attrattiva, la gelateria è complementare, mentre la pasticceria e le torte sono la nostra marginalità, il focus della nostra attività. E cerchiamo di fare tutto al meglio.

Pasticceria mignon, torte su prenotazione e crema pasticceria, sono questi i tre «ingredienti» di successo della Pasticceria Modenese. «La crema pasticceria è la base di tantissimi nostri prodotti, è il nostro fiore all'occhiello, ne produciamo circa 1000 kg al giorno», continua Silvestri. «La facciamo ancora come una volta, tutti i giorni, fresca», precisa Grazioli, «partendo da zero, com'è giusto che sia». Qualsiasi giorno a qualsi-

asi ora il cliente viene soddisfatto e torna a casa con quello che vuole, per questo i punti vendita vengono riforniti dalle due alle tre volte al dì. La produzione è quotidiana e avviene sull'ordinato: «Abbiamo uno storico che ci permette di sapere già quello che potrà essere il totale, per poi aggiustare il tiro in corso d'opera, perché siamo anche piuttosto dinamici, possiamo soddisfare richieste nuove, dall'ordinazione più piccola a quella più consistente».

### FUORI DAL CENTRO, LE «PASTICCERIE DI QUARTIERE»

«Abbiamo iniziato a pensare all'apertura di altri punti vendita quando ci siamo resi conto che il locale di Modena aveva un ottimo ritorno e la clientela arrivava anche da fuori città. Venivano lì perché c'era un buon rapporto qualità-prezzo. Non solo, la vera differenza era nel servizio, nella possibilità di trovare sempre tutto a tutte le ore, tutti i giorni. Così abbiamo cercato nuovi locali, valutando soprattutto la distanza del trasporto su ruota, per il rifornimento dei prodotti. Nello stesso tempo, però, non dovevamo intaccare quello che già facevamo su Modena» spiega Silvestri. Tutti i punti vendita, salvo quello di Modena, sono decentrati. Si tratta di una scelta strategica: «Cerchiamo apposta i quartieri, le scuole e, in genere, i luoghi di aggregazione, fuori dal centro. Come dicevamo, puntiamo molto sulle prenotazioni, la clientela può ordi-



nare il giorno prima e quello successivo ritira in negozio, o nel locker refrigerato vicino al laboratorio. I nostri non sono locali mordi e fuggi, sono incentrati sull'accoglienza, sia per chi desidera fermarsi e consumare all'interno o nel dehors, sia per chi deve ritirare l'ordine, perché sa che troverà un comodo parcheggio dove stare per caricare in tutta tranquillità», conclude.

### UN PROGETTO PRECISO PER VENDERE DI PIÙ E MEGLIO

I titolari della Pasticceria Modenese avevano già in mano un progetto, quando si sono "imbattuti" in Spazio Genio. «È stato un caso. Un commerciale di Spazio Genio era già nostro fornitore per il packaging, è stato lui a proporci di incontrare Marco Gabriele, il titolare. Ce lo ha presentato come un vero e proprio genio, in grado di rivoluzionare i locali e adattarli per far sì che fossero ricettivi al massimo, e, in effetti, ci ha scaravoltato completamente il progetto iniziale, ma aveva ragione. Ci ha spiegato le sue idee facendoci capire perché lo avrebbe fatto così: non un locale comodo solo per noi, per il servizio, ma anche propedeutico alla vendita. Per esempio il bancone dritto, che permette al cliente di avere una visione completa su tutti i prodotti, non solo su quello che sta scegliendo in quel momento. E ancora, l'impatto visivo dalla strada. Se fosse stato per noi avremmo fatto un unico ambiente esterno, invece si vede che

c'è uno studio dietro. Alla doppia vetrata, al passaggio centrale, alle luci che si focalizzano su alcuni punti. Insomma, ci hanno dato questo servizio in più, ben studiato, affinché si possa vendere di più e meglio», racconta Silvestri.

### IDENTITÀ VISIVA E RICONOSCIBILITÀ

La carta da parati, insieme alle sedie, è il fil rouge che lega tutti i locali. A Sassuolo non riveste solo le pareti, ma anche parte del bancone. «È qualcosa che ci identifica, che si presta alla replicabilità: quando un cliente entra e la vede pensa, "sono nella Pasticceria Modenese". Lo stesso vale per le sedie, uguali in tutti i locali».

### AVANGUARDIA PER IL BUSINESS

La cassa automatica è un plus che la Pasticceria Modenese ha voluto per migliorare il servizio, già in tempi non sospetti. «L'abbiamo introdotta nel 2015. Prima del covid era qualcosa di rivoluzionario, ora è una necessità. Ci può essere un po' di difficoltà all'inizio, specialmente per gli anziani, ma quando le ragazze spiegano cosa devono fare e capiscono che non è difficile se ne vanno a casa anche più contenti» dicono sorridendo Marco e Gabriele. La cassa si trova all'ingresso perché pagare è il primo passo da fare, poi si riceve un *pager*, si attende la chiamata e si ritira il proprio vassoio. Questo agevola il servizio, evita file e inutili lamentele quando c'è molta gente. Da non sottovalutare l'igienicità,

l'impossibilità di sbagliare resto e la sicurezza. A breve, nel locale di Carpi, verrà introdotto anche un totem per ordinare, pagare con carta e ritirare ancora più agevolmente. Inoltre, i clienti ricevono un piccolo sconto, come succede se ordinano su internet. Attraverso l'e-commerce si possono acquistare anche torate personalizzate da ritirare nel punto vendita scelto oppure nel locker vicino al laboratorio. Un secondo locker, all'interno di un centro commerciale, espone e vende invece una serie di prodotti a 4°C o in negativo, per l'acquisto d'impulso.

### LE COMPETENZE PER OGNI CLIENTE

Annalisa è la responsabile di tutti i punti vendita. Gira nei locali, controlla che tutto funzioni, e fornisce know-how alle ragazze sulla vendita e sul beverage. «Investiamo molto sulla formazione del personale. Le ragazze che sono qui a Sassuolo lavorano con noi già da quattro mesi. Tutte devono fare un periodo di formazione sia in sede sia negli altri locali. Vogliamo che dietro al banco ci siano persone preparate, pronte a rispondere a qualsiasi domanda del cliente», spiega Silvestri. Le ragazze sono interscambiabili, possono stare alla cassa come alla macchina del caffè, servono il gelato o finiscono la pizza e gli altri prodotti nel piccolo laboratorio che ogni locale ha sul retro. «Inoltre, ognuna continua a girare, perché ogni negozio ha le sue peculiarità, c'è quello che vende molto gelato e quello che ha flussi abbondanti a colazione. In ognuno troveranno la stessa cassa, gli stessi prodotti, la stessa macchina del caffè, ma si appropceranno a clienti differenti con esigenze diverse», conclude.





Un elemento di continuità con i negozi precedenti è la carta da parati, qui declinata come parte di rivestimento del frontale del banco e maggiormente come rivestimento delle pareti.



Il banco si sviluppa su quasi 11 metri lineari suddivisi tra parti refrigerate per la pasticceria fresca, parti neutre legate al dolce secco e al salato e infine una parte dedicata al gelato in carapina. Il piano del banco in corian bianco esalta il prodotto esposto donando luce e risaltando i colori.

Entrando, a destra, la parte dedicata alla gelateria in carapina, con coni, coppette e piccoli lievitati da farcire.



Il locale si compone di uno spazio di vendita interno di 100 mq, più altri 35 mq di dehors esterni, con vetrate scorrevoli che si aprono interamente.