Il pastry guarda al futuro e crea nuovi stimoli

oss-host-pastry-07-6b2754d9

È arrivato il momento della pasticceria. Dopo anni di riflettori puntati su haute cuisine e celebrity chef, oggi si guarda sempre più al dolce, che porta innovazione e creatività grazie al suo innegabile appeal e a quella sua capacità unica di stimolare i sensi del gusto e della vista. Eppure solo poco tempo fa era la Cenerentola del menu al ristorante, ancorata a una tradizione preziosa ma anche un po' troppo rivolta al passato.

ARRIVA LA MODERNITÀ

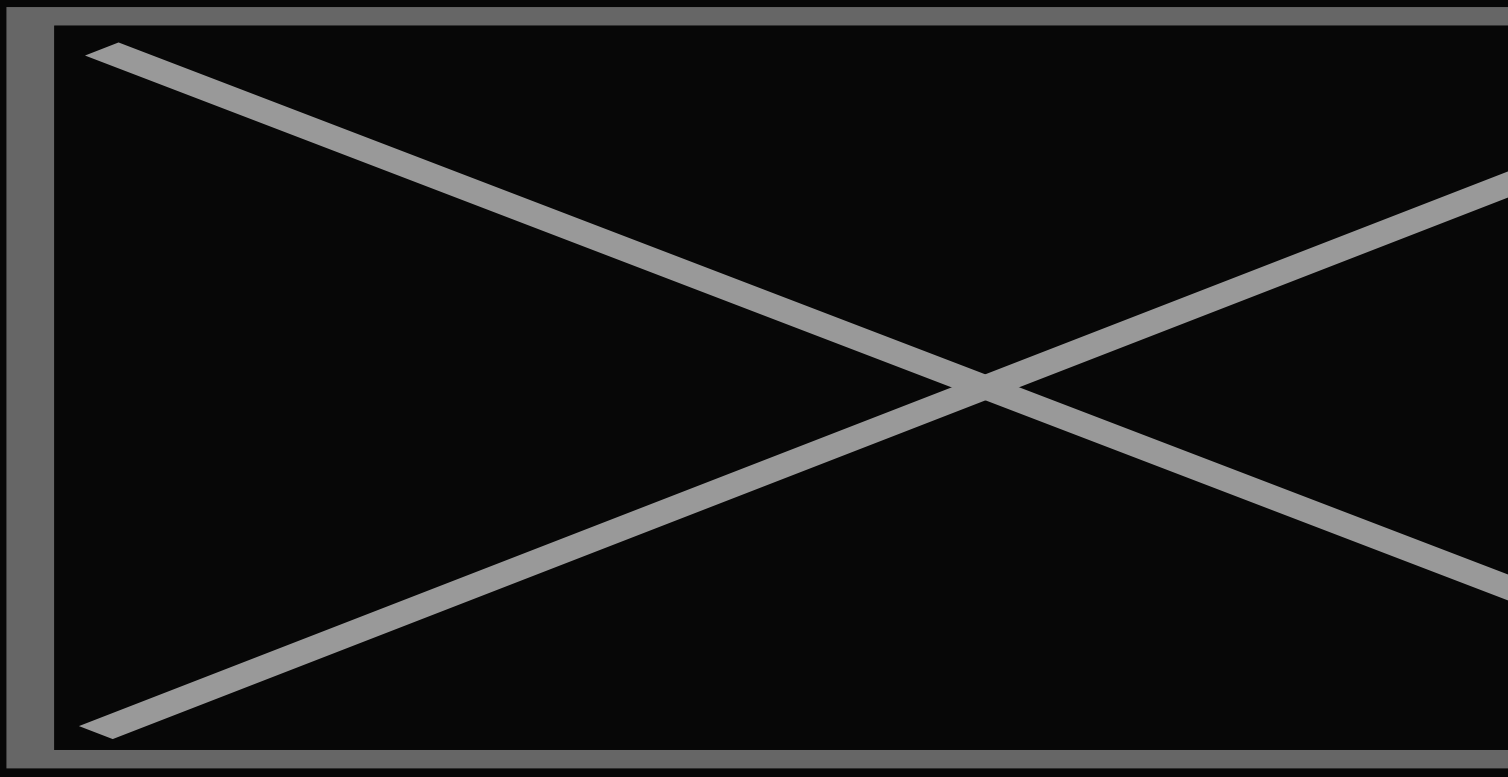
Il segnale viene dai programmi tv, i blog, i milioni di post sui social che hanno messo in evidenza un dolce colorato, bello, goloso. Prendiamo Instagram. Qui i pasticcieri fanno a gara per mettersi in evidenza, con foto stupende e modalità a volte bizzarre. Ad esempio il pasticciere israeliano



basato a Parigi **Tal Spiegel** posta solo foto di dolci (suoi) coordinati con le sue

scarpe. Mentre l'americana **Lauren Ko** crea solo crostate, dalle geometrie ardite. **Cedric Grolet**, pastry chef dell'hotel Le Meurice di Parigi, ha superato il milione di follower grazie alle sue creazioni audaci e iperrealistiche. Ma non si tratta solo di forma: la materia prima è sempre più in evidenza. Cogliendo, in dialogo continuo con la cucina, le tendenze che guardano alle nuove esigenze del consumatore. Alla ricerca delle origini, della tradizione, del chilometro zero. Ma anche delle nuove tecnologie, come rilevano dall'Ufficio Marketing di Irinox, azienda che produce abbattitori: "Le tendenze che osserviamo sono trasversali ai vari mercati e puntano al risparmio energetico e all'Internet delle Cose. Il cliente vuole sapere come usare le funzioni per valorizzare la creatività".

[caption id="attachment_155982" align="aligncenter" width="1017"]



Le creazioni di Tal Spiegel in pendant con le sue scarpe[/caption]

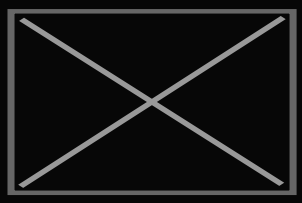
CRESCE LA FASCIA ALTA

Non a caso è la fascia alta a crescere di più: nel 2017 è arrivata al 35% del totale mondiale, mentre la fascia medio-alta ne ha rappresentato il 39%. Su questo fronte il made in Italy vince vendendo, oltre a macchinari e attrezzature, l'allure dell'Italian Style. Anche nel packaging, come sottolinea **Alessandro Perli, Direttore Vendite di Scotton**: "Ci vengono riconosciuti non solo più creatività e un design più innovativo, ma anche una maggiore qualità intrinseca, tant'è che la prima cosa su cui i nostri potenziali clienti all'estero vogliono essere rassicurati è che il prodotto non sia solo disegnato, ma anche interamente fabbricato in Italia". Per **Giancarlo Bastianello, Responsabile Vendite Italia di ILSA**, che produce armadi refrigerati, "Per la qualità, i clienti riconoscono ai prodotti Made in Italy una superiorità di performance rispetto a produzioni di altri Paesi".

DA TRADIZIONALISTI A TRENDSETTER

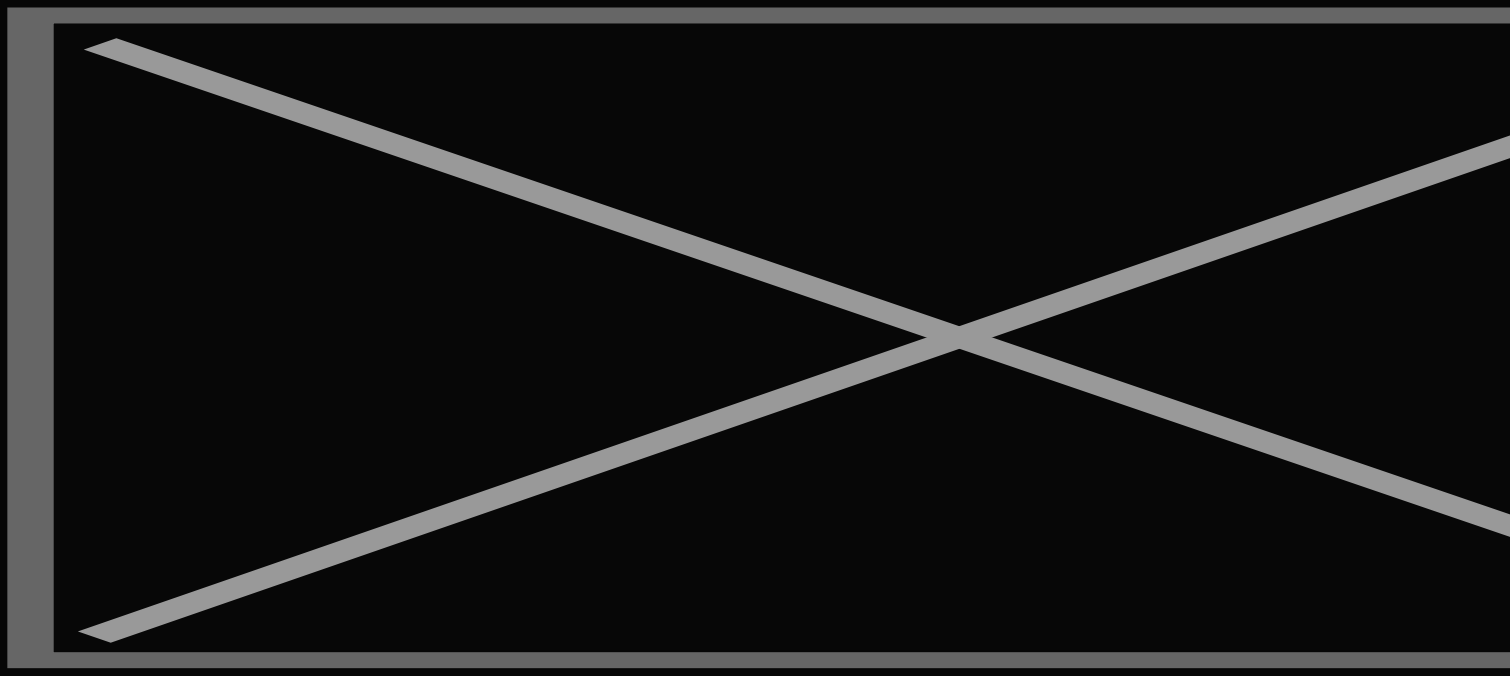
La pasticceria insomma cambia volto, passando da baluardo di una tradizione un po' ingessata a luogo di sperimentazione e ricerca di nuovi gusti, tecniche e consistenze, in grado di influenzare anche settori affini. La mixology, ad esempio, come spiega **Gianmarco Grassini, mixologist di Ditta Artigianale a Firenze**: "Oggi è fondamentale la ricerca sugli ingredienti che devono essere di stagione e freschi, dal caffè alla frutta, con la ricetta che va adattata al mutare della materia prima. Fare mixology è sempre più come stare in cucina, lavoriamo con sciroppi fatti in casa, riduzioni, infusi

particolari, tecniche mutuate dalla pasticceria. Con la quale c’è un costante



dialogo”. Dalla pasticceria prende spunti anche la gelateria, come dice **Galileo Reposo di Peck**: “Io, che mi sono formato come chef pasticcere, ho sempre pensato che un dessert dovrebbe contenere un contrasto di temperatura, e qui entra in scena il gelato. Ora la tendenza, mutuata dalla pasticceria, è di giocare anche in cucina con le consistenze, i contrasti, le acidità”. Un esempio di dove sta andando il settore prenderà concretezza nello spazio che a gennaio **Gianluca Fusto**, raffinato **mastro pasticciere**, aprirà in una ex fabbrica in zona via Tortona a Milano. “Una fucina creativa dove si terranno eventi, corsi, conferenze che proporrà una pasticceria internazionale con ingredienti italiani che cambieranno ogni mese, a seconda della disponibilità delle materie prime”. Non una pasticceria tradizionale, dunque, ma “un centro di ricerca. Mia moglie Linda Massignan si occupa di arte, io di pasticceria e design, abbiamo pensato di creare insieme uno spazio che unisse le due cose. Saranno molto importanti la musica e l’illuminazione, studiata appositamente”. Anche in laboratorio c’è aria di novità: “Ci sarà un mix tra macchinari per pasticceria e per cucina, e in un secondo momento aggiungeremo macchine nuove per fare ricerca, utilizzate nel mondo farmaceutico per l’estrazione degli aromi”. Insomma un settore che si è decisamente svecchiato e guarda con fiducia al futuro. Anche perché tra i 93mila addetti nelle 31mila pasticcerie, bar pasticcerie, panetterie pasticcerie e gelaterie pasticcerie, il 42,9% è costituito da giovani e il 43,2% da donne. E se non hanno voglia di guardare al futuro loro...

[caption id="attachment_155985" align="aligncenter" width="989"]



Pasticceria dalle linee design firmata dal mastro pasticciere Gianluca Fusto[/caption]

Il dolce del Natale? Innova nella tradizione

Campionati mondiali di pasticceria: un'edizione spettacolare!