

Creme fredde, un'opportunità da cavalcare. Le proposte Univerciok

univerciok-1-80f99b80

[univerciok 3](#) Prodotto esclusivo dell'horeca, le creme fredde rappresentano senza dubbio un'occasione di business. Ma come fidelizzare il cliente? «L'unica strategia vincente è puntare sulla qualità», risponde Nicola Ventura, fondatore di Univerciok. Che abbiamo intervistato per tracciare un quadro del settore.

Perché le creme fredde continuano ad avere successo?

«Gradevoli al palato, fresche e cremose sono molto versatili e si possono consumare come break tra un pasto e l'altro, al tavolo come al banco. Non solo: rappresentano anche un piacevole dessert a fine pasto. Tra l'altro, la crema al caffè funziona sia nella versione fredda che nella versione calda (una nostra invenzione). Purtroppo, alcune aziende oggi producono prodotti di bassa qualità, con il risultato di danneggiare il mercato».

Oltre all'ormai classica crema al caffè, quali sono i gusti più apprezzati?

«Un altro evergreen è il gusto allo yogurt. La nostra crema allo yogurt si chiama Gioyo e quest'anno, oltre a proporla nelle diverse versioni già note, abbiamo introdotto anche una variante a base di zucchero d'uva che la rende ancora più in particolare. Inoltre, risultano particolarmente apprezzate anche la crema [univerciok 2](#) redda alla nocciola e il nostro storico Golosino, crema al sapore di latte, che può essere servito in tantissimi modi diversi, arricchendolo per esempio con salse, topping, granelle o con decorazioni di ogni tipo».

Come incentivare il consumo delle creme fredde?

«Puntando su prodotti di qualità, che non possono essere mai low cost, e attenendosi alle istruzioni in tutte le fasi di preparazione. Inoltre, è bene proporre assaggi per avvicinare nuovi clienti».

