

## La fabbrica delle idee

IL SALTO DI ANSELLI: DA PICCOLO PRODUTTORE DI CONI, CIALDE E OSTIE A IMPRESA A TUTTO TONDO CAPACE DI OFFRIRE AI PROPRI CLIENTI TUTTO IL *NECESSAIRE* PER PREPARARE UN GELATO DI QUALITÀ E SERVIRLO AL MEGLIO TUTTO L'ANNO



Gelaterie (titolare della gelateria Marghera, a Milano, ndr) e imprenditore, Pravettoni ha saputo convertire i suoi bisogni di artigiano negli obiettivi dell'azienda. È arrivato così a mettere insieme un'offerta completa che, da un lato, mira a «semplificare la vita del gelatiere che in Anseli trova un interlocutore unico» e, dall'altro, a proporre alternative, per compensare le perdite nei mesi invernali quando le vendite di coni e coppette calano. La destagionalizzazione del gelato è l'aspetto che

**D**efinire Anseli una fabbrica di coni e cialde sarebbe riduttivo sebbene molti la ricorderanno così, perché è proprio con questi prodotti che l'azienda milanese ha mosso i primi passi nel mondo della gelateria e, per lungo tempo, coni e cialde sono stati i suoi articoli di punta.

Questa piccola impresa alle porte di Milano ha saputo però, nel tempo, diversificare la sua offerta così tanto che oggi può presentarsi al cliente come «fornitore unico». A parte la panna, la frutta fresca e gli zuccheri, da Anseli un gelatiere può trovare tutto ciò che occorre per preparare e servire il gelato. Nel catalogo aggiornato, infatti, trovano posto, accanto a cialde e coni, paste, neutri, variegature, topping, ma anche vaschette, coppette, cucchiaini, sacchetti per l'asporto...

Un cambio di rotta che, da quindici anni, fa registrare ad Anseli un costante aumento di fatturato con incrementi che si aggirano intorno al 10 per cento annuo.

Artefice di questo cambiamento è **Franco Pravettoni** (con la giacca nella foto) **alla guida dell'azienda dal 1993** che, pur conservandone lo storico nome, ne ha totalmente rivoluzionato la politica commerciale.



### Investire sulla consulenza al punto vendita

**D**elocalizzare la produzione, affidando ad altre imprese la trasformazione delle materie prime e il loro confezionamento è stata una delle novità introdotte da Pravettoni. «Tempo fa - dice - abbiamo ceduto anche le macchine per fare i coni a una azienda del Veneto che ora lavora per noi». Nello stabilimento di Settimo Milanese, si producono basi bilanciate, semilavorati e paste. A completamento della gamma dei prodotti offerti, la produzione avviene, su ricette Anseli, presso altre aziende nelle quali siamo in compartecipazione. Per quanto riguarda la consegna dei prodotti, l'azienda si avvale, invece, di mezzi propri e di personale interno, in modo da offrire un servizio rapido e professionale.

«Avremmo potuto - continua Pravettoni - ammortizzare i costi organizzando le spedizioni direttamente dalle aziende che lavorano con noi, ma preferiamo seguire direttamente questo aspetto che ci offre l'opportunità di un contatto diretto con il cliente».

La consulenza sul punto vendita è uno degli elementi di forza di Anseli tanto che la dirigenza preferisce non investire nella conquista di altri mercati dove sarebbe logisticamente più difficile portare avanti un discorso di questo tipo. «Vogliamo dare ai nostri clienti - conclude Pravettoni - un supporto che va oltre la vendita del prodotto e, con gli strumenti che abbiamo, possiamo farlo solo nelle zone vicine all'azienda, ma non escludo sviluppi futuri».



Anseli intende maggiormente indagare nel prossimo futuro. «È l'esperienza quotidiana - spiega Pravettoni - che ci spinge a continuare in questa direzione». Già da tempo l'azienda propone ai suoi clienti alcune soluzioni che mirano a «innalzare le vendite nei periodi in cui il prodotto gelato si vende poco».

«Abbiamo sviluppato - continua Pravettoni - idee in grado di competere con la piccola pasticceria: mono o biporzioni di gelato che il cliente può portare a casa e servire al termine di una cena al posto del classico vassoio di bigné».

Nate per soddisfare questa specifica esigenza dei gelatieri, i Dopocena, le Minitorte, le Praline, hanno avuto un tale successo che Pravettoni non ha timori nel dire che, anche in estate, buona parte del fatturato che arriva dall'asporto è determinato dalla vendita di questi prodotti. Questo fatto lo ha convinto che la qua-

lità del gelato non sia più l'unica discriminante nella scelta dei consumatori e che oggi ci sia bisogno di novità pratiche, accattivanti e golose per battere la concorrenza.

«Molti gelatieri sono attratti da queste proposte - afferma Pravettoni - e fanno a gara per averle nelle loro vetrine. A noi questo fa piacere perché funge da apripista per la vendita di tutti gli altri nostri articoli».

#### In che senso?

Le ricette le sviluppiamo a partire dagli ingredienti che produciamo col marchio Anseli.

Ognuna di queste novità è poi supportata da un mer-

chandising studiato ad hoc che forniamo al cliente per aiutarlo nella preparazione, nell'esposizione e nella vendita di questi prodotti

#### Secondo lei perché hanno così successo?

La praticità del servizio è indubbiamente uno degli aspetti che il consumatore apprezza di più. A differenza del gelato in vaschetta queste monoporzioni sono pronte da consumare. Basta tenerle fuori dal freezer pochi minuti per servirle in tavola. Non meno importante è l'effetto scenico. I Dopocena, per esempio, sono assemblati in bicchierini trasparenti proprio per valorizzare il gioco cromatico dato dalla sovrapposizione di gusti diversi di gelati. Le creme e la frutta che vengono usati per le decorazioni completano la preparazione dando vita a una composizione che appaga l'occhio oltre che il palato.

#### Ci sembra di capire che la presentazione sia un aspetto molto importante per voi. È così?

Indubbiamente. L'impatto visivo sul consumatore finale è fondamentale per la vendita. Per questo consigliamo ai nostri clienti di esporre Dopocena, Conitorta e Praline nella vetrina orizzontale e di assicurarsi che sia sempre piena. A parità di offerta abbiamo visto che vende di più chi cura questi dettagli.



## La svolta di Anseli

La storia di Anseli comincia nel 1929 con il nome di **Minora**. Cambia nome quando Giudo Anseli sposa la figlia del primo proprietario e ne assume la dirigenza. Nel 1972 Anseli, il quale non ha avuto eredi, lascia l'azienda ad Adelio Dordoni che resterà alla guida fino al 1993, per poi passare il testimone a Franco Pravettoni. Fino a questo momento l'azienda si è limitata a produrre coni, pasta di nocciole e ostie per la chiesa e le aziende produttrici di torrone. **Pravettoni è l'autore della virata che ha permesso ad Anseli di non sopperire a concorrenti più grandi, organizzati e competitivi** (i dettagli nell'articolo).

#### Non si rischia un'omologazione dell'offerta?

Per ovviare a questo inconveniente abbiamo fatto nostre le regole del franchising adattandole alle specifiche esigenze dell'azienda e a quelle dei nostri clienti. È ovvio che non possiamo dare a tutti la ricetta di questi dessert e gli strumenti per farli perché si verrebbe a creare una concorrenza selvaggia che non farebbe bene né all'artigiano né all'impresa. Cerchiamo di dare una sorta di esclusività ai nostri migliori partner, ma come sempre accade in questo tipo di rapporti tanto dipende anche dal bacino d'utenza. Lì dove c'è più mercato è ovvio che le di-

stanze tra un punto vendita e un altro possono diminuire.

#### Che garanzie chiedete ai vostri clienti?

I clienti s'impegnano ad acquistare da noi gli ingredienti per preparare i dessert, ma - come detto - non è un vero e proprio franchising quindi non ci sono vincoli scritti che li obbligano in alcun modo.

#### Non temete che qualcuno possa copiare l'idea?

È già stato fatto. A ragion del vero siamo stati i primi a ispirarci ad altri per sviluppare questa idea. I bicchierini non sono una novità assoluta: esistevano già quando io ho iniziato a lavorare come gelatiere, ma allora si facevano con i semifreddi perché così si evitava al problema dell'asporto. Il gelato dopo pochi minuti si scioglie e diventa difficoltoso portarlo dal punto vendita a casa. Il nostro merito è quello di aver studiato un packaging apposito per ogni prodotto.

Per i bicchierini, per esempio, la soluzione è stata l'adozione di una vaschetta di polistirolo con degli alveoli dove è possibile tenerli fermi e separati l'uno dall'altro. Per tutelarci sul piano legale abbiamo registrato i marchi, depositato le ricette e i brevetti per fare i bicchierini, le termoscatole, ecc. In questo modo siamo certi che chi produce queste cose per noi non può venderle ad altri, altrimenti sarebbe passibile di denuncia.

#### IDENTIKIT

##### Anseli

Via Reiss Romoli 8/10  
20019 Settimo  
Milanese (Mi)  
Tel. +39 02 33503582  
www.anselli.it  
info@anselli.it