

#cioccolateria #confetteria #gelateria #confezionamento #caffetteria #cucina

PASTICCERIA INTERNAZIONALE

FBM
FOOD BOSCOLO MACHINES

**IL MONDO È CAMBIATO.
TRANQUILLO, CI SIAMO NOI**



SPALMABILI

DRAGÉES

BEAN TO BAR

BISCOTTI

FBM s.r.l. - Via Machiavelli 15/17 - 20025 Legnano MI - Italy Tel. +39 0331.464654 - Fax +39 0331.464886
fbm@boscolo.it - www.boscolo.it - Seguiteci su myblog.boscolo.it - #chocolateforall

settembre 2020 | n° 321 | Anno 43

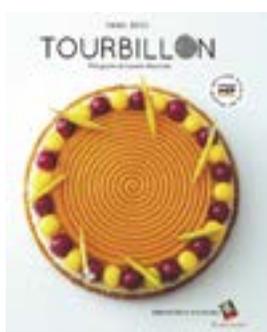


La seconda edizione de **LA DEGUSTAZIONE DEL CIOCCOLATO** di **Roberto Caraceni** (hoeplieditore.it - pag. 242 - € 27,90), dopo una prima parte propedeutica che fornisce le conoscenze di base su coltivazione del cacao e lavorazione del cioccolato, si concentra sul tema del titolo. Introdotta dall'analisi degli ingredienti e dalla lettura delle etichette, si sofferma poi sull'analisi organolettica e sull'affinamento delle capacità senso-

riali di chi assaggia. Attraverso una scheda dettagliata si giunge a valutare le proprie capacità di degustazione e ad affinarle. La parte finale è dedicata alla geografia e alla qualità del cacao, rintracciandone le aree di provenienza con le diverse caratteristiche, e alla conservazione.



Dall'inventore della cucina pop, lo chef stellato **Davide Oldani**, nasce **MANGIA COME PARLI** (shopping24.ilsole24ore.com pag. 176 - € 14,90), che richiama l'omonima trasmissione di Radio 24. Le 80 ricette conducono in un viaggio nelle regioni italiane, partendo dalla conoscenza delle materie prime e dei prodotti di stagione, rispettando le tradizioni culinarie.



In un vortice creativo, **Yann Brys** presenta **TOURBILLON** (bibliothecaculinaria.it - pag. 192 - € 42): una cinquantina di dolci che appagano l'occhio quanto il palato. Prendendo spunto da uno slancio estetico, Brys – ideatore della tecnica di dressare le creme a forma di spirale – ha elaborato una gamma di creazioni che spaziano dalle crostate alle torte moderne, dai dolci ghiacciati alle monoporzioni, dimostrando non solo che la sua tecnica è in grado di fare onore ai classici della pasticceria francese ma che, con il suo

tourbillon, tutto diventa incantevole. Texture e finiture raffinate pongono un segno inconfondibile dentro e fuori ogni elaborato. I disegni mostrano la sezione dei dolci più complessi, le foto di Laurent Rouvrais spaziano dai passaggi più salienti di singole ricette ad un'appendice con foto dettagliate dell'applicazione della tecnica *tourbillon* dressata, modellata e incisa, oltre ad indicazioni per creare gli elementi decorativi più utilizzati dallo chef.

Storia, tradizioni, termini e ricette del nostro Paese. Autori come **Marco Guarnaschelli Gotti**, **Arrigo Cipriani**, **Gualtiero Marchesi**, **Riccardo Illy**, **Luciano Imbriani**... solo per citarne alcuni, ripropongono nell'edizione Oscar Saggi Mondadori, la **GRANDE ENCICLOPEDIA DELLA GASTRONOMIA** (mondadori.it - pag. 1810 - € 50), aggiornata sotto la guida di **Carlo Petrini** e **Alberto Capatti**, ed ampliata con rigore scientifico da un'équipe di esperti dell'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche. 6000 voci che codificano la nostra cultura popolare in ogni campo, dai marchi al vino, dai nuovi cuochi alle cucine etniche, frutto di una scelta precisa che non lascia spazio a cedimenti a mode o effimeri esotismi, esaltando le tipicità di uno dei maggiori patrimoni italiani, difeso anche da normative e leggi. Si spazia dai prodotti e dai piatti delle tradizioni regionali a quelli stranieri, dalle tecniche ai personaggi.



Gli attrezzi della ripresa

Tra le nuove consapevolezze del post emergenza vi è una rinnovata responsabilità sociale e anche l'economia è caratterizzata dal distanziamento sociale. Commercianti e imprenditori puntano dunque sul digitale: vendere i servizi ed intercettare nuovi clienti sul web è oggi una competenza molto richiesta. Se un tempo le pasticcerie attiravano i clienti con il dolce profumo liberato in strada, oggi assistiamo a dinamiche di acquisizione e fidelizzazione che non possono prescindere dal web e, tra gli ingredienti da aggiungere, vi è quindi una strategia di comunicazione e marketing ben studiata. **Andrea Lisi**, esperto di marketing e *copywriting*, presenta una "cassetta degli attrezzi" per costruire una buona reputazione e attirare nuovi clienti. **"11 Fondamenti del Copy Persuasivo@"** è il titolo dell'e-book in cui approfondisce il concetto di *copywriting*: catturare l'attenzione, facendo una promessa che si differenzia dalle altre, e stabilire la propria credibilità, modulando il messaggio sulle caratteristiche del target. "La *lead generation* comprende quelle persone che ti seguono, che si sono dimostrate interessate, ma che non sono ancora diventate clienti. Loro devono essere tra le priorità, con un messaggio più specifico, così da dare quell'ultima spinta di cui avevano bisogno, e convincerli a convertire un interesse in acquisto. Bisogna far ricorso a tutti i formati del marketing diretto online, dalle

campagne di scontistica online a inviti a degustazioni, andando a targettizzate il più possibile il pubblico al quale far visualizzare l'annuncio. Utilizzare bene i social network, predisponendo un piano editoriale in grado di raccontare la propria storia e quella dei dolci, con fotografie belle e professionali, accompagnate da copy accattivanti e persuasivi".

Online la chiave è scrivere in maniera continuativa e, per i copy, Lisi suggerisce di seguire la formula **AIDA**, un mix di Attenzione, Interesse, Desiderio ed Azione. Meglio suscitare un interesse raccontando una storia e concludendo con una chiamata all'azione "urgente", da compiere oggi o subito, possibilmente entro una data, dopodiché l'offerta scomparirà. E se per un'efficace strategia di *copywriting* è bene tenere a mente le motivazioni che ci spingono a fare affari, allora per i pasticceri dovrebbe essere ancor più facile: il dolce è un desiderio e i desideri non smettono mai di esistere!