

Diletta, e quel Tiramisù che è una vera sinfonia

CANTANTE E PASTICCERA

Le sette note dello spartito musicale da una parte e i sei ingredienti base del dolce a cucchiaio più amato al mondo dall'altra. La cantante lirica Diletta Scandiuzzi, all'indomani dell'incoronazione a campionessa della Tiramisù World Champion 2018 conosce un "direttore d'orchestra" nel business dell'arte bianca. È il manager vicentino Diego Creazzo che vede nelle abilità pasticciere della trentacinquenne artista trevigiana le premesse per un sodalizio. Detto, fatto. Appena costituita, la start-up innovativa viene riconosciuta dal Ministero per lo Sviluppo Economico come l'unica meritevole di accreditamento in ambito food di tutto il 2020. Un vero miracolo per una neonata realtà commerciale che si rivolge al comparto dell'Horeca in pieno periodo Covid.

GELATI IN MUSICA

La Srl D&D - dalle iniziali dei due soci - sviluppa un progetto imprenditoriale che ha per *core*



business una linea di creme al mascarpone in assortimento di gusti, a cui si aggiungono, per la stagione estiva, anche 6 gelati. Dilettamisù è il marchio registrato che Diletta Scandiuzzi, anche lei vicentina, assegna ai suoi prodotti, battezzati ispirandosi alla grammatica della musica (Adagio, Allegro Vivace, Minuetto, Preludio, Rondò) mixando in tal modo il ruolo di mezzosoprano a

quello di delegata per il Triveneto della Federazione Internazionale Pasticceria, Gelateria e Cioccolateria. I gelati, sempre per coniugare arte, impresa e creatività, hanno i nomi di personaggi dell'opera lirica, collegati al brio, al sapore e all'intensità degli aromi scelti: amaretto, cioccolato, frutti di bosco, passion fruit, pistacchio e - manco a dirlo - tiramisù.

INNOVAZIONE UNICA

Da parte sua, Diego Creazzo avvia uno studio tecnico approfondito della lavorazione della crema al mascarpone, che come noto è un formaggio grasso per il 48%: in laboratorio ne viene analizzato il comportamento in fase di congelamento e disgelo, arrivando a perfezionarlo a tal punto da non fargli rilasciare siero. È proprio grazie a questa innovazione, unica nel suo genere, che D&D riceve l'accreditamento del MISE e l'apprezzamento dei consumatori. È il primo passo del successo: Diletta non è la testimonial del suo prodotto ma colei che concretizza un'attitudine fino a farla diventare un'attività,



con tanto di corner monomarca posizionati in negozi specializzati ai quali fornisce un servizio attento, sia gestionale che di standard qualitativo. «A giugno arriveremo ampiamente a coprire il numero previsto di armadi frigo nell'ambito del nostro business - annuncia Diego Creazzo - e quindi come start-up seguiamo con successo il target e gli obiettivi prefissi».

PRODOTTO VERSATILE

Il lockdown è stato indubbiamente scoraggiante per una realtà appena costituita e ambiziosamente protesa al mercato con grandi aspettative, tuttavia per i due soci è stato anche foriero di *input* preziosi. Il tempo sospeso del confinamento è servito per rivisitare il progetto in chiave di proposta per la media distribuzione: supermercati, negozi

PRODUZIONE

Nella foto piccola Diletta Scandiuzzi con i suoi gelati in mostra; nell'immagine grande insieme a Diego Creazzo

gourmet, gastronomie. Constatando, con soddisfazione, la versatilità dei prodotti. Creme, dessert, grandi formati, kit di pasticceria e gelati Dilettamisù sono tutti a ricetta della *pastry chef* Diletta Scandiuzzi e disponibili in *sac-à-poche*, vasetti di vetro o plastica, contenitori in materiale bio: confezioni che cambiano in funzione del consumatore e del canale di vendita. «L'e-commerce sta allargando il nostro posizionamento anche all'estero - spiega Diletta - e grazie alla capacità dei nostri servizi siamo in grado di inviare forniture all'ingrosso ma anche piccole quantità senza interrompere la catena del freddo». Tra le iniziative recenti e gli obiettivi futuri dell'azienda, la collaborazione in partnership con realtà dolciarie venete importanti come Loison Panettoni, l'implementazione di corner logati per distribuire capillarmente il dessert ma, soprattutto, la vendita online. Insomma: un inno alla cultura dei dolci e un Do di petto all'adeguamento col mercato.

Germana Cabrelle