EQUILIBRIO E CREATIVITÀ: *la Pasticceria Luca Porretto*

Il Maestro Ampi, già noto come il "Mago delle Torte", ha avviato un'operazione di rebranding e definito con chiarezza la sua cifra stilistica

Di Caterina Vianello

"Io mi complico la vita", ama dire Luca Porretto parlando di sé: in effetti, a scorrere le tappe che hanno segnato il suo percorso professionale non si può che confermare una certa attitudine a spostare sempre più in là la linea del traguardo, cercando, affrontando e vincendo sempre nuove sfide. Pasticciere dal 2005, inizialmente è l'azienda di famiglia – la Pasticceria Beverara, sotto la guida del padre Vincenzo Porretto – a vederlo coinvolto. Nel 2015 la prima svolta, con il trasferimento dell'attività a Sabbiuno di Castel Maggiore (BO): aperta con il padre, la caffetteria-pasticceria vede Porretto diventare unico proprietario e titolare nel 2018. Nel 2021, contestualmente ad un'operazione di rebranding, apre la sua seconda pasticceria a Quarto Inferiore, sempre nel bolognese. Nel settembre del 2024 fa il suo ingresso in Ampi, mentre l'anno che si sta per concludere segna un ulteriore tassello con l'apertura di una terza pasticceria, Iliki, a Zanzibar, in società con Claudio Moras, proprietario del The Rock Restaurant. Determinazione e chiarezza di obiettivi sono indubbiamente i tratti distintivi di Porretto, che si riflettono sia nell'organizzazione del lavoro e degli spazi sia nella produzione stessa.

AD OGNI LUOGO LA SUA IDENTITÀ, CON UN'UNICA VISIONE

Ogni insegna firmata Porretto ha una chiara identità e un laboratorio specializzato ma tutte insieme restituiscono un'immagine coerente. Sabbiuno ha un'atmosfera accogliente ed elegante, dall'estetica moderna e raffinata. Qui prendono vita semifreddi, torte, mignon, monoporzioni, pralineria ma soprattutto torte di grandi dimensioni, quelle dall'impatto scenografico e che rappresentano il vero biglietto da visita di Porretto. Quarto Inferiore è espressione della visione contemporanea: design essenziale e curato, con laboratorio a vista, separato dalla sala da un'ampia vetrata. Alla pasticceria si aggiungono la caffetteria, cuore pulsante del locale e il cocktail bar. Il laboratorio offre il supporto per la produzione del salato e per l'80% della pasta frolla. Un ulteriore spazio a Cadriano è dedicato esclusivamente alla produzione di lievitati da colazione e da ricorrenza. Zanzibar chiude il cerchio, in un contesto in cui colori e toni esotici hanno la prevalenza.

DIALOGO TRA INNOVAZIONE, CREATIVITÀ E TRADIZIONE

La clientela cui si rivolge Porretto è quella che apprezza creatività, modernità,

SCHEDA LOCALE

Pasticceria Luca Porretto - Sabbiuno di Castel Maggiore (BO) e Quarto Inferiore di Granarolo dell'Emilia (BO)

Founder	Vincenzo e Luca Porretto
Anno di fondazione	2015
Numero locali	3 di cui 1 a Zanzibar
Dipendenti	37
Mq complessivi	500 mq
Piani futuri	settembre 2025 inaugurazione della terza pasticceria a Zanzibar; due nuovi progetti nel bolognese
Sito internet	www.lucaporretto.it
IG	@lucaporrettopasticcere

innovazione e ricerca costante, senza abbandonare la tradizione, mostrando un gusto equilibrato che sa riconoscere e valorizzare anche i classici. L'offerta è quindi duplice e vede in primo luogo i prodotti da colazione, - cornetti dolci e salati, viennoiserie e maritozzi - volutamente contenuti in termini di numero di varietà: "il rischio è quello che la colazione diventi un lusso per le famiglie, visti i costi raggiunti da materie prime e produzione. Quindi preferisco una proposta più limitata e tradizionale", spiega Porretto. Si spinge invece di più sulla parte moderna, dando sfogo alla creatività: forme, stratificazioni e glasse a specchio vengono declinate in 32 mignon, 9 monoporzioni, 15 macaron e 10 tipi di praline. Tra i best seller, oltre ai grandi lievitati, c'è la monoporzione Coconut, ideata partendo da un gel di passion fruit, bilanciato con purea di mango, in perfetto equilibrio con la parte esterna, composta da una namelaka al cocco. Il processo creativo è diverso a seconda del prodotto: "le creazioni da festività e ricorrenza richiedono dalle due settimane al mese di tempo, perché si lavora su due livelli, cioè il bilanciamento e la decorazione, che deve far parlare il dolce. Mignon e monoporzioni sono più semplici da realizzare, lavorando su dosi che ne consentano la riproducibilità: in genere serve una settimana", afferma Porretto.

UNA SQUADRA AFFIATATA E LE SCELTE DI MARKETING

Sono in tutto 37 i dipendenti di Porretto, che nella scelta del personale si basa seguendo due criteri fondamentali: le competenze tecniche e le qualità personali. Si occupa personalmente dei colloqui e se l'esperienza professionale conta, più rilevante è la motivazione a lavorare in squadra, e la capacità di integrarsi. La strategia di marketing combina diversi canali per raggiungere sia i clienti privati che le aziende, puntando sulla comunicazione B2C e B2B. Il sito web è la vetrina più efficace per presentare l'attività, mentre i canali social consentono di comunicare direttamente con il pubblico, mantenendo un legame costante. Per la comunicazione più strutturata e per raggiungere un pubblico più vasto e specializzato, la pasticceria si affida a un ufficio stampa, fondamentale per la comunicazione B2B e B2C. Un'ottica multivisione, quindi, che rispecchia perfettamente la volontà di Porretto di lavorare in modo articolato e organizzato.

© Riproduzione Riservata

Dall'alto: viennoiserie e monoporzione. A sx: Luca Porretto

TAKEAWAYS

Innovazione e classicità

L'offerta vede affiancati prodotti creativi e tradizionali, rispecchiando l'interesse dimostrato dal pubblico.

Alzare sempre l'asticella

Affrontare nuovi progetti, sia in termini di prodotto che di nuove aperture, anche in contesti che presuppongono abitudini culturali diverse.

Importanza della collaborazione

Una squadra affiatata e che affronta le criticità con il dialogo è la chiave per lavorare in modo armonioso.