

# Mission Possible: vendere il tiramisù ai cinesi

Meesoo ottiene il brevetto per la Cina



Casarsa della Delizia, in provincia di Pordenone, dista circa 120 km da Bassano del Grappa. Da lì, in uno stabilimento del profondo Nordest friulano, progettano di vendere il tiramisù ai consumatori cinesi. Produzione in terra pordenonese ma “testa e idee” sono tutte bassanesi, visto che Meesoo, la società che sta internazionalizzando la distribuzione del dolce italiano più famoso al mondo, è stata fondata dal “nostrano” Iuri Merlini.

La famiglia gestisce lo storico negozio di casalinghi e articoli per la casa in vicolo Lazzaro Bonamigo.

L'azienda creata dall'ingegnere Iuri Merlini, con un passato da dirigente per una “big” mondiale della consulenza, si è posta un obiettivo semplice e geniale allo stesso tempo: lanciare sul

mercato la prima macchina per realizzare il tiramisù espresso, pronto addirittura in 30 secondi, e soprattutto mettere a disposizione dei punti vendita anche l'impasto artigianale per produrre al momento il dolce al mascarpone e caffè.

Proprio in queste settimane in cui il commercio mondiale ha il freno a mano tirato per i continui e intermittenti lockdown, Meesoo ha portato a casa un importante risultato: il brevetto per commercializzare in Cina la macchina del tiramisù. Brevettare un bene per il mercato cinese è davvero complicato, i cinesi sono straordinariamente abili a inondare i mercati con le proprie merci ma fare business in Cina richiede una complessa e articolata burocrazia da rispettare. «Le restrizioni hanno congelato momentaneamente la nostra produzione: non vogliamo comunque perdere tempo prezioso e ci stiamo focalizzando per efficientare i processi produttivi del nostro stabilimento di Casarsa. Il brevetto in Cina è un traguardo strategico e segue quello non meno importante che abbiamo ottenuto poco tempo fa per gli Stati Uniti e il Giappone. Per una piccola azienda italiana riuscire a soddisfare tutti i canoni imposti dalla legislazione americana è davvero una impresa titanica». Meesoo che a breve dunque porterà il dolce "metà friulano, metà Veneto" in Cina, Giappone e negli Usa, sta facendo il salto dimensionale da realtà artigianale ad industria: nata nel 2015, ha impiegato quasi tre anni per perfezionare la macchina, il marchio, la ricetta e il prodotto di pasticceria. Il disegno, la tecnologia, lo sviluppo della macchina è tutto "made in Merlini" («con il supporto fondamentale di Marco Vit, il problem solver dell'azienda»), l'assemblaggio della componentistica è invece affidato a partner esterni. Per una start up che vuole aprirsi a mercati esteri lontani e complessi, vendendo un prodotto che fa della freschezza e della genuinità la sua forza, la sfida sarà evidentemente quella di aumentare la produzione e mantenere allo stesso tempo la qualità e la tipicità del prodotto artigianale. «Verso la fine del 2012, dopo aver concluso positivamente un'altra avventura imprenditoriale, ho deciso di riprendere il mio vecchio "pallino" del tiramisù espresso. Se chiedete a 100 persone: dove hai mangiato il miglior tiramisù di sempre? Il 99% delle persone risponde "a casa".

Meesoo vuole portare il tiramisù della mamma italiana in giro per il mondo». Una ricerca del 2018 condotta da Nomisma Wine Monitor su un campione di 2.000 cittadini residenti, fascia upper-class, a Pechino, Shanghai, Canton e Hong Kong, rilevava che il marchio italiano più conosciuto in Cina era il cavallino rampante della Ferrari (18% del campione). Al secondo posto figurava la pasta (10%), poi Gucci per il comparto moda e si arrivava infine al segmento Food, con Ferrero e pizza (entrambi al 3%), Illy, Parma, olio e gelato. Assieme ad altri prodotti compariva anche il tiramisù, conosciuto dall'1% degli intervistati. «Sembra facile produrre tiramisù: in realtà oltre a saperlo fare, bisogna poi saperlo conservare, noi abbiamo automatizzato questo processo. Nel laboratorio di Casarsa produciamo la crema ed i biscotti, standardizzando la produzione con una ricetta segreta».