

La startup del tiramisù espresso cresce con un nuovo stabilimento

Alimentare

MeeSoo

Barbara Ganz

La startup del tiramisù, fondata nel 2016 dall'ingegnere elettronico Iuri Merlini, sta diventando grande, e la pausa forzata legata all'emergenza sanitaria è stata usata per strutturarsi e per mettere nel mirino nuovi mercati. MeeSoo, sei addetti e sede legale a Bassano del Grappa – il nome si legge Misu – ha un'anima tecnologica e una alimentare. «La macchina è stata progettata per poter miscelare, mantenere e distribuire la crema al mascarpone che forniamo già pronta; e le nostre preparazioni, surgelate, includono i savoiardi imbevuti al punto giusto. Diamo anche il bicchierino adatto, e il tiramisù è servito in meno di 30 secondi», spiega Merlini. Tutto made in Italy, dalla metalmeccanica ai biscotti.

Sono già 170 le macchine operative fra Italia (Calabria compresa) ed estero. «Ma molti di più sono i locali dove trovare il nostro tiramisù espresso: per un chiosco sulla spiaggia, ad esempio, il macchinario è determinante perché consente una conservazione ottimale ed è facile da gestire. Ma ci sono anche ristoranti che acquistano solo le preparazioni base che poi assemblano nelle cucine: così, fra l'altro, lo chef può dare la propria impronta al prodotto». Il nuovo stabilimento produttivo è in provincia di Pordenone, a Villotta di Chions, e l'acquisto dell'immobile è stato deciso durante il primo lockdown: «Appena l'Italia ha riaperto abbiamo firmato dal notaio», ricorda Merlini. L'emergenza sanitaria ha messo in crisi buona parte delle attività di ristorazione e anche i bar: «Ci siamo trovati di fronte ad un calo significativo del lavoro, ma non ci siamo persi d'animo e ab-



L'idea.

Iuri Merlini, ingegnere elettronico, ha fondato MeeSoo, la startup del tiramisù

biamo deciso di contrastare questo evento negativo in due modi; non solo il nuovo stabilimento, che ha comportato anche nuove attrezzature e linee automatizzate, ma anche lo sviluppo dei prodotti per il canale della Grande distribuzione, facendo quindi in modo di ampliare le nostre possibilità commerciali. Era un progetto che avevamo già in programma, lo abbiamo solo anticipato avendo del tempo per gestirlo».

La strategia commerciale è molto social: Facebook e Instagram per primi, ma anche LinkedIn: «Chi è interessato

al prodotto ci chiama, e spesso organizziamo incontri e degustazioni nei locali che già propongono MeeSoo», spiega Merlini, che ha da poco visto partire otto macchine per il Qatar, uno dei mercati emergenti insieme all'Arabia Saudita. In Romania alcune macchine sono state installate nella zona di Baia Mare, e a Tbilisi, in Georgia, ci sono già otto locali che servono il dolce. Il 2022 sarà l'anno dello sbarco negli Usa, che hanno richiesto una riprogettazione per rispettare le normative locali, mentre su Londra è al lavoro un distributore.

«Non è stato facile decidere di investire quando ti trovi con il fatturato più che dimezzato e con i tuoi clienti che chiudono l'attività – osserva Merlini – però è proprio in questi momenti che dimostri a te stesso quanto credi in quello che stai facendo e che getti le basi per il futuro tuo e dei tuoi collaboratori. Con questo spirito abbiamo affrontato la pandemia. Ora, con il senno del poi, ci sentiamo più forti, più organizzati ed anche più fiduciosi per il futuro».

Da qualche giorno sono partite otto macchine per il Qatar, uno dei mercati emergenti con l'Arabia Saudita