

Grom: il gelato “Mad in Italy!”

Federico Grom e Guido Martinetti, creatori di Grom hanno aderito al progetto di valorizzazione delle idee di impresa italiane

Siena, 10 giugno 2011 – L’idea Mad è stata quella di fare dei passi indietro, per offrire un gelato senza additivi, dal gusto semplice e pulito che portasse ad antiche memorie. Così Federico Grom e Guido Martinetti, inventori del marchio Grom, descrivono la loro attività di artigiani del gelato con l’ossessione per l’eccellenza. Uno stimolo a fare sempre meglio che, in soli otto anni di attività, ha permesso a Grom di passare da 3 a 500 collaboratori e di aprire punti vendita in 34 città italiane e in 5 Paesi esteri. La ricerca della qualità parte alla fine del 2002, quando Federico Grom e Guido Martinetti si mettono in viaggio e dalle Langhe fino alla Sicilia ed al centro America, vanno alla scoperta del meglio che il mondo dell’agricoltura può offrire. I principi sono rigorosi: solo frutta fresca e di stagione, provenienti dai migliori consorzi d’Italia e dall’azienda agricola di loro proprietà Mura Mura a Costigliole d’Asti, dove la coltivazione della frutta rinuncia all’utilizzo di coloranti o additivi chimici e usa acqua di montagna di Lurisia come base per i sorbetti. L’ingrediente segreto, però è l’amicizia che li lega nella folle impresa di fare un gelato che ha come principio ispiratore il rispetto delle regole della tradizione alimentare e della stagionalità. Un’educazione agricola che ha agevolato la conquista dei palati di tutto il mondo, tanto da meritarsi la camicia di forza nell’ambito di “**Mad in Italy**”. Progetto che intende valorizzare, promuovere e far conoscere le idee imprenditoriali di successo realizzate in Italia, dando spazio a tutti coloro che hanno scelto di investire in Italia idee ed energie in un’iniziativa imprenditoriale di successo. Alla base della campagna, la convinzione che la forza del “made in Italy” siano le idee, prima ancora che i prodotti. E la produzione biologica dell’azienda piemontese è reale avanguardia, guardata con ammirazione anche nel mercato internazionale.

La rivoluzione dal sapore antico di Grom. La storia aziendale di Grom parte nel maggio del 2003 nel centro di Torino, con l’apertura della prima gelateria. Dopo otto anni di attività il sorriso dei clienti e quello degli oltre 500 collaboratori è il motore che ricarica le pile dei due giovani piemontesi. Da lì Grom e Martinetti non si sono più fermati e nel 2005 hanno investito in un laboratorio di produzione per garantire la stessa qualità a tutte le gelaterie dello stivale. Le miscele liquide di Grom, infatti, vengono controllate da un team di esperti e quindi distribuite 3 volte alla settimana, grazie a un rigoroso controllo della temperatura, presso ogni gelateria, dove sono mantecate fresche e trattate solo con la frutta disponibile presso i rispettivi consorzi di ogni città. Nascono così i gusti che rendono Grom famosa in Italia e nel mondo: il limone Sfusato di Amalfi, la nocciola Tonda Gentile Trilobata delle Langhe, la pesca di Leonforte, il pistacchio di Bronte. Dall’Italia il gusto del sorriso, quello che più piace ai due soci, perché stampato sui visi dei clienti che varcano l’ingresso dei negozi, ha contagiato anche l’estero. Nel 2007 nasce il primo negozio a New York, poi Parigi e Tokyo. Ma l’ambizione di Grom e Martinetti va avanti e li porta a realizzare il sogno di creare l’azienda agricola Mura Mura, a Costigliole d’Asti, dove vengono piantate pesche, albicocche, pere, fichi fragole e meloni. Otto ettari di pura natura perché il rispetto per l’ambiente e l’ecosostenibilità sono nel dna di Grom, come dimostra il progetto ecologico “Grom Loves World”. Un amore che li ha portati a sostituire tutta la plastica (cucchiaini, sacchetti per il gelato d’asporto e per la spazzatura) con il Materbi, uno straordinario materiale che deriva dall’amido di mais e da oli vegetali, completamente biodegradabile.

Un progetto aziendale che guarda al passato per sfidare il futuro. Grom sposa in pieno lo spirito del progetto di valorizzazione del made in Italy creato dall’agenzia di comunicazione Milc. “Quando abbiamo incontrato gli inventori di Grom– afferma **Giampiero Cito**, direttore creativo di **Milc** che firma www.progettomaditaly.it – abbiamo fatto un

salto nel passato. La passione e il rigore con cui Federico e Guido affrontano ogni giorno la sfida di produrre e coccolare le materie prime che poi arrivano nei vari banconi di Grom li rende un esempio del vero genio italiano, quello che non fa sconti quando si tratta di rispettare la natura, i dipendenti e i consumatori. Ci siamo trovati a sorpresa di fronte ad un vero e proprio paradiso del gusto, l'azienda agricola Mura Mura. Un luogo magico dove le materie prime di qualità, coltivate e lavorate come oggi nessuno fa più, sono il modo migliore per raccontare una delle tante storie di imprenditori mad che fanno grande l'Italia grazie alla forza delle loro idee".

Cos'è "Mad in Italy!". Il cuore pulsante di "Mad in Italy!" è una piattaforma web, www.progettomaditaly.it che ospita il racconto di alcune case history "Mad in Italy!" dalla voce dei protagonisti, ma dà anche l'opportunità a imprenditori ed aziende di creare un proprio profilo presentandosi come imprese "Mad", dove "Mad" rappresenta non solo la genialità dell'idea, ma anche e soprattutto la persona che l'ha avuta e che ha scelto di realizzarla in Italia con coraggio, lungimiranza e quel pizzico di "lucida follia" che sta sempre alla base di ogni successo imprenditoriale. Sul sito, inoltre, ricercatori, giovani che si affacciano sul mondo del lavoro, consulenti e professionisti possono pubblicare il loro **"Mad curriculum"** per far conoscere in maniera creativa ed inusuale le loro competenze distintive ed entrare in contatto con imprenditori e aziende "Mad". Infine, tutti coloro che si iscrivono possono partecipare direttamente alle attività del progetto commentando i post del blog, pubblicando contenuti "Mad", contribuendo ad una definizione condivisa del "Mad in Italy!" in pieno spirito "wiki". Oggi più di 150 aziende hanno manifestato il loro interesse iscrivendosi sul sito www.progettomaditaly.it e oltre 3000 fan partecipano alla pagina mad di Facebook. Partecipazione che accomuna anche gli studenti incontrati nel "mad tour" che continua a macinare chilometri negli atenei italiani a caccia di quei giovani talenti, che sono il futuro del nostro Paese.

"Mad in Italy!" è un progetto ideato da Milc, fotografie di Bruno Bruchi. I partner di "Mad in Italy!" sono: Polimoda, Fondazione Sistema Toscana, Rete Ventures, ToscanaLab, Bloop, Comunicazione Virtuosa, Creatives are bad, Doctor Brand, Festival della Creatività, Intarget Group, Intoscana.it, Invertising, MagNews by Diennea, Master in Comunicazione d'Impresa dell'Università degli Studi di Siena, Pmicamp e TP Pubblicitari Professionisti.

Per maggiori informazioni:

Ufficio Stampa di Milc Agenzia RobesPierre

Via del Cavallerizzo, 1 53100 Siena

Tel: +39 0577 42984 fax +39 0577 247576

Contatti press:

Marilena Zinna, Press info Milc, Tel: 3298044929, mad@milc.it.