

IL PASTICCERE DELL'ANNO ROBERTO RINALDINI SBARCA A TOKYO

INAUGURATA LA SUA PRIMA BOUTIQUE DEL DOLCE NELLA CAPITALE GIAPPONESE LE DELIZIE IN VENDITA VENGONO PREPARATE IN ITALIA

E POI SPEDITE VIA AEREO NEL PAESE DEL SOL LEVANTE

Rinaldini: "Il mio sogno è portare più in alto possibile la pasticceria italiana nel mondo"

In ballo progetti di nuovi shop in Europa e negli Emirati Arabi

Rimini, 6 febbraio 2014 – Conquistare il mondo con l'alta pasticceria. È l'ambiziosa impresa di Roberto Rinaldini, professionista riminese incoronato a soli 36 anni Maestro Pasticcere dell'Anno che, dopo l'apertura di due locali a Rimini, un corner alla Rinascente di Milano, uno a Lonato (Brescia), adesso è sbarcato in Giappone.

Roberto Rinaldini ha appena inaugurato la sua prima boutique del dolce a Tokyo: un locale distribuito su due piani, rigorosamente con arredi in nero e fucsia, colori emblema del marchio, dove al pianoterra sono esposte e in vendita le delizie firmate Rinaldini, mentre al piano superiore si possono degustarle accompagnate da caffè espresso, cappuccino o tè.

Hanno preso parte alla festa l'ambasciatore italiano e l'ambasciatore sammarinese in Giappone, oltre ad altre personalità giapponesi, mentre Rinaldini preparava in diretta gli "anelli di zucchero", dolci da indossare come gioielli. Secondo evento per celebrare l'apertura, domani è prevista una serata di gala alla presenza di altre personalità.

"La boutique è nel centro di Tokyo, nel quartiere di Ginza, cuore economico della città, tra le torri Armani e Dior, una zona frequentata da una clientela di alto livello – **afferma Roberto Rinaldini** – Fino a San Valentino venderemo soprattutto cioccolato, qui è molto sentita la tradizione che vede le donne regalarlo agli uomini, e non solo al proprio compagno. A marzo, in occasione del "White Day", invece, saranno gli uomini a regalare cioccolato alle donne. Quindi saranno proprio protagonisti di questi mesi i miei CHOCOCOLOR®, una nuova collezione di praline che sposa il gusto inimitabile del cioccolato alla magia del colore con un messaggio visivo semplice ed immediato – "Così sai sempre quello che ti capita" – recita lo slogan pubblicitario: rosso al peperoncino, giallo al limone, verde al pistacchio e così via, hanno tutti una base di cremino italiano con mandorle di Bari e nocciole delle Langhe piemontesi. Non mancheranno ovviamente i MacaRAL®, una personalizzazione dei macarons francesi, realizzati con prodotti italiani e ai 18 irresistibili MacaRal ispirati alla cartella colore RAL, ferro del mestiere di designer e architetti, si affiancano oggi le nuove varianti al cioccolato, 7 raffinate sfumature della nuova collezione "Nicole Passion", dedicate a mia moglie.

Ci saranno ancora le gelatine di frutta, 15 tipi di confetti e i dolci tipici italiani come la "Sbrisolona" al kamut e al cioccolato. Ad aprile poi verrà servito anche del gelato, che sarà prodotto fresco direttamente qui".

E dopo Tokyo dove guarda Rinaldini?

"In Giappone pensiamo di aprire altri locali, il progetto sarebbe di aprirne uno all'anno arrivando a quattro o cinque nelle location più importanti... Altre realtà sono molto interessate al mio brand, stiamo portando avanti sviluppi con Inghilterra, Lussemburgo ed Emirati Arabi. All'estero, sia per le vittorie a vari concorsi sia per la comunicazione del brand, sono più conosciuto che in Italia, e all'estero la pasticceria italiana è molto ricercata. Il mio sogno è di portarla il più in alto possibile nel mondo attraverso anche Sigep, dove ho recentemente ottenuto il titolo di Ambasciatore della comunicazione della Pasticceria e ai miei locali. Sono contento del mio lavoro in Italia, e sono molto legato alla mia città natale, e spero davvero di riuscire a far conoscere nel mondo questo nostro importante patrimonio".

Quindi un Rinaldini grintoso e determinato che conclude: "Il futuro te lo devi conquistare da solo, per trasformare i sogni in realtà bisogna crederci!"