



MICHIELAN
FAMILY GELATO

M I C H I
E L A N F
A M I L Y
G E L A T

O

Storia di un artigiano moderno
Story of a modern-day craftsman





a

il sogno

The dream

- 08 L'intelligenza delle mani
WISE HANDS
- 09 Questa storia
THIS STORY
- 10 Due mondi
TWO WORLDS
- 12 Le voci della piazza
THE VOICES OF THE SQUARE
- 13 Fiori, frutta, verdura...
FLOWERS, FRUIT, VEGETABLES...
- 14 Serrande abbassate
SHUTTERS DOWN
- 15 I bastoncini di muschio
MOSS STICKS
- 17 Dalla bottega al market
FROM SHOP TO MARKET
- 18 Vocazione Westfalen
VOCATION WESTFALEN
- 21 Serrande riaperte
DOORS REOPENED
- 22 Dal bar-gelateria alla
gelateria-bar
FROM CAFÉ WITH ICE-CREAM TO
GELATO SHOP WITH CAFÉ
- 23 La creazione del cliente
CREATING THE CUSTOMER
- 25 Incontro al mondo
MEETING THE WORLD

b

il laboratorio

The workshop

- 28 Il presidio del gelato italiano
THE PRESIDUM OF ITALIAN GELATO
- 33 Qualità
QUALITY
- 34 Freschezza
FRESHNESS
- 39 Cremosità
CREAMINESS
- 42 Gusto
TASTE
- 45 Benefici
BENEFITS

c

l'evoluzione

Evolution

- 51 Il gelato nel bicchiere
GELATO IN A GLASS
- 59 Formato Famiglia
FAMILY SIZE
- 67 Gelato di Natura
NATURE'S GELATO
- 81 Dose de Mar
- 85 Mochi
- 91 Cookie dough
- 97 Lan

d

il futuro

The Future

- 108 La storia continua
THE STORY CONTINUES
- 111 La base
THE FOUNDATIONS
- 114 De gustibus
DE GUSTIBUS
- 117 Nuove frontiere
NEW FRONTIERS
- 118 La scelta etica
ETHICAL CHOICE
- 121 Il valore estetico
AESTHETIC VALUE
- 122 Il mappamondo
THE GLOBE
- 124 Domani
TOMORROW

DELL'INNOVAZIONE E QUELLA DEL "SAPER FARE"
PER PREFIGURARE UN NUOVO FUTURO ALL'INSEGNA
DELLA TRANSIZIONE ECOLOGICA. ARTIGIANATO INTESO
DUNQUE NON COME UN CIMELIO

By combining tradition with innovation, experience, and experimentation,
Piero Michielan has become a real presidium of the finest Italian gelato.

EX FE D E N I

a

M I C H I
E L A N F
A M I L Y
G E L A T
O

il sogno

the dream



L'intelligenza delle mani

Diversi studiosi hanno spiegato i motivi per cui la società contemporanea, anche nell'attuale fase di globalizzazione, non può fare a meno della "competenza artigianale", di quell'intreccio che deve crearsi fra l'economia dell'innovazione e quella del "saper fare" per prefigurare un nuovo futuro all'insegna della transizione ecologica. Artigianato inteso dunque non come un cimelio del passato, ma prospettiva per uno sviluppo basato sullo scambio fra la progressione tecnologica e le abilità umane, per conferire personalità ai prodotti, all'ambiente e alle persone.

La storia di Piero Michielan, della sua famiglia e della sua azienda, sotto questo profilo, è una storia esemplare, il lungo racconto della moderna evoluzione dell'artigianato.

WISE HANDS

Several scholars have explained why contemporary society, even in the current phase of globalisation, cannot do without 'craftsmanship', that interweaving that must be created between the economy of innovation and that of 'know-how' to prefigure a new future under the banner of ecological transition. Craftsmanship therefore understood not as a relic of the past, but as a prospect for development based on the exchange between technological progress and human skills, to give personality to products, the environment, and people.

THE STORY OF PIERO MICHIELAN, HIS FAMILY, AND HIS COMPANY, IN THIS RESPECT, IS AN EXEMPLARY ONE, THE LONG TALE OF THE MODERN EVOLUTION OF CRAFTSMANSHIP.

Questa storia

Questa storia inizia negli anni '60, quando nel nostro Paese prende forma una nuova epoca e si afferma la stagione del boom economico, frutto della grande energia collettiva postbellica sulle tracce della “American way of life”. Sono gli anni in cui l’espansione dei consumi migliora le condizioni di vita delle famiglie e le abitazioni si riempiono via via di elettrodomestici e televisori in bianco e nero, trasportando il mondo fra le quattro pareti di casa. In Veneto, patria di Piero Michielan, si sviluppa uno dei più grandi poli industriali d’Italia e migliaia di agricoltori si riversano dai campi nei nuovi templi della produzione. Alla civiltà contadina e artigianale si affianca la nuova epopea della società industriale, cambiando paesaggi e stili di vita, fra nuovi entusiasmi, interrogativi e primi rimpianti.

Con la produzione industriale si afferma la serialità: declino inesorabile o nuove sfide per l’artigianato? Il percorso di Piero Michielan, a questo proposito, è una cartina tornasole.

THIS STORY

This story began in the 1960s, when a new era was taking shape in our country and the season of the economic boom came into full swing, the result of the great collective post-war energy intent on pursuing the ‘American way of life’. In those years the expansion of consumption improved the living conditions of families and homes were gradually filled with electrical appliances and black and white televisions, transporting the world within the four walls of the home. In Veneto, home to Piero Michielan, one of the largest industrial clusters in Italy was developing and thousands of farmers poured out of the fields into the new temples of production. The peasant and artisan civilisation was joined by the new epic of industrial society, changing landscapes and lifestyles, amid new passions, infinite questions, and early regrets.

INDUSTRIAL PRODUCTION MEANS SERIALITY: INEXORABLE DECLINE
OR NEW CHALLENGES FOR CRAFTSMANSHIP? PIERO MICHIELAN’S PATH,
IN THIS REGARD, IS A LITMUS TEST.

Due mondi

La sua infanzia trascorse, equamente suddivisa, fra due mondi paralleli: quello del borgo commerciale e quello dell'universo contadino.

Piero Michielan nasce infatti a Noale, bella cittadina dell'entroterra veneziano, al cui centro svettano la Rocca dei Tempesta, (nobile famiglia che per diverso tempo, nel medioevo, la governò) il castello e le torri dell'orologio e della campana, suggestive testimonianze architettoniche della sua lunga storia. I nonni invece vivevano e coltivavano la terra a Rio San Martino, piccolo borgo agricolo sulla linea di confine fra la provincia veneziana e la Marca trevigiana, circondato da una fiorente campagna ricca di prodotti ortofrutticoli.

Due mondi che hanno connotato l'infanzia di Piero Michielan, il suo “modo di intendere e costruire la realtà”, forgiandone il carattere di futuro imprenditore artigiano.

TWO WORLDS

He spent his childhood equally divided, between two parallel worlds: that of the commercial town and that of the peasant world. Piero Michielan was in fact born in Noale, a beautiful town in the Venetian hinterland, at the centre of which stand the Fortress of the Tempesta, (the Tempesta was a noble family that had ruled over the town for some time in the Middle Ages) the castle and the clock and bell towers, evocative architectural testimonies of its long history.

His grandparents, on the other hand, lived and cultivated the land in Rio San Martino, a small farming village on the border between the Venetian province and the March of Treviso, surrounded by a flourishing countryside rich in fruit and vegetables.

TWO WORLDS THAT SHAPED PIERO MICHIELAN'S CHILDHOOD, HIS 'WAY OF UNDERSTANDING AND CONSTRUCTING REALITY', FORGING HIS CHARACTER AS A FUTURE ARTISAN ENTREPRENEUR.



Le voci della piazza

Ogni mattina il piccolo Piero, zainetto in spalla, raggiungeva la scuola del paese. Rapido nei conti, s'interessava soprattutto alla geografia, passava ore a circumnavigare il mappamondo in cerca di terre lontane.

Ma la scuola che amava di più era la piazza del borgo e il bar gestito dal padre. Quando rientrava dalle fatiche scolastiche, curiosava con il naso all'insù tutto quanto lo circondava. Guardava le novità esposte nelle vetrine delle botteghe, osservava le borse ricolme di nuove confezioni, ascoltava i discorsi dei grandi mentre brindavano nel plateatico o lungo il bancone del bar, li sentiva animarsi, discutere, ridere. Di riflesso, il piccolo Piero comprese la stretta relazione che correva fra la socialità, la propensione all'acquisto e la convivialità del consumo.

Il “marketing della relazione” è la ridenominazione di ciò che da sempre caratterizza il nostro Paese: con le sue piazze e botteghe animate dall'incontro ci rammenta che la relazione è il primo incentivo all'acquisto.

THE VOICES OF THE SQUARE

Every morning, little Piero, backpack on his shoulders, would go to the village school. Quick at counting, he was especially interested in geography, spending hours circumnavigating the globe in search of distant lands. But the school he loved most was the village square and the café run by his father. When he came home from school, he would look around with his nose in the air at everything around him. He would look at the new items on display in the shop windows, observe the shopping bags full of new packaging, listen to the grown-ups speak as they drank toasts in the square or along the bar counter, hear them get excited, debate, laugh. Little Piero instinctively understood the close relationship between sociability, the propensity to buy and the conviviality of consumption.

'RELATIONSHIP MARKETING' IS THE RENAMING OF THE ELEMENT THAT HAS ALWAYS CHARACTERISED OUR COUNTRY: WITH ITS SQUARES AND SHOPS ANIMATED BY ENCOUNTERS, IT REMINDS US THAT RELATIONS ARE THE FIRST INCENTIVE TO THE ACT OF PURCHASING.

Fiori, frutta, verdura...

L'altra scuola da Piero tanto amata, che riempiva i giorni della sua infanzia, era quella del pomeriggio, la scuola dei campi.

Era il tempo in cui, raggiungendo la casa colonica dei nonni, poteva correre fra campi di grano e filari di gelsi, arrampicarsi sugli alberi per assaporare la frutta di stagione, bere il latte cremoso, girovagare nell'orto rigoglioso d'estate e perdersi d'inverno in mezzo a distese di radicchio rosso.

È stata la scuola che lo ha iniziato alle cose buone, ad affinare fiuto e palato per riconoscere i sapori e profumi della natura: un mondo indimenticabile!

Imparare da piccoli con l'esperienza sul campo e il tramite dell'intuito è il modo migliore per conservare nel tempo la capacità di riconoscere a prima vista i fondamentali della qualità.

FLOWERS, FRUIT, VEGETABLES...

The other school Piero loved so much, which filled his days throughout his childhood, was the one he attended in the afternoon, the school of the fields. That was the time when, on his way to his grandparents' farmhouse, he could run through fields of wheat and rows of mulberry trees, climb up trees to taste the fruits in season, drink creamy milk, wander through the lush vegetable garden in summer and get lost in winter amidst expanses of red radicchio.

This was the school that introduced him to good things, and that taught him to hone his nose and palate to recognise the flavours and scents of nature: an unforgettable world!

LEARNING FROM AN EARLY AGE THROUGH HANDS-ON EXPERIENCE AND INTUITION IS THE BEST WAY TO RETAIN THE ABILITY TO RECOGNISE THE FUNDAMENTALS OF QUALITY AT A GLANCE.

Serrande abbassate

Capita a tutti, prima o poi, di dover vivere periodi segnati da forti criticità esistenziali. Sono i momenti decisivi per l'evoluzione della nostra storia individuale, ci invitano ad evitare la rassegnazione, ad affrontare le avversità con rinnovato slancio per abbracciare nuove opportunità di vita e di crescita. A Piero Michielan capitò molto presto questo doloroso momento, alle soglie dell'adolescenza, con la morte del padre. Tutto d'improvviso cambiò, e con la necessaria vendita del bar la famiglia, senza più la sua guida, tornò a vivere in condizioni di ristrettezza, rallentando sogni e speranze.

Ma Piero era un ragazzo dalle radici solide, capì subito che doveva seguire l'esempio del padre se voleva degnamente sostituirlo. E così fece.

Com'è noto, una crisi può diventare l'occasione per generare nuove opportunità. È nei momenti di difficoltà che una persona ha l'opportunità di rigenerarsi nel lavoro come espressione di sé.

SHUTTERS DOWN

Everyone, sooner or later, experiences periods marked by strong existential problems. These are decisive moments in the evolution of our individual history, they invite us to avoid resigning ourselves to our fate, to face adversity with renewed impetus in order to embrace new opportunities for life and growth. This painful moment happened to Piero Michielan very early on, on the threshold of adolescence, with the death of his father. Suddenly everything changed, and when the family had to sell the café, without their father's guidance, they returned to live within their means, putting all their dreams and hopes on hold. But Piero was a young man with solid roots, he immediately understood that he had to follow his father's example if he wanted to replace him with dignity. And so he did.

AS IS WELL KNOWN, A CRISIS CAN BECOME AN OPPORTUNITY TO GENERATE NEW OPPORTUNITIES. IT IS IN TIMES OF DIFFICULTY THAT A PERSON HAS THE OPPORTUNITY TO REGENERATE HIMSELF IN HIS WORK BY EXPRESSING HIMSELF.

I bastoncini di muschio

Il giovane Piero non perse tempo. Tornando da scuola, prima di raggiungere casa, ogni giorno si fermava da un florovivaista. Con lui aveva fatto l'accordo di comporre profumati "bastoncini di muschio" con orario e pagamento concordati, integrando così con il suo lavoro suppletivo il modesto reddito di famiglia. Man mano che i giorni passavano, Piero si rese conto della sua velocità di applicazione del muschio al bastoncino, un'abilità che volle far fruttare al meglio. Ricontrattò perciò con il titolare le condizioni economiche, passando dalla corresponsione stabilita a un compenso legato alle quantità giornaliere prodotte. I suoi introiti aumentarono in modo significativo.

L'abilità di contrattazione è una dote imprenditoriale, ma soprattutto la capacità di valorizzare il proprio lavoro con un corretto bilanciamento fra il dare e l'avere. Sperimentarla in gioventù è un viatico per il futuro.

MOSS STICKS

Young Piero wasted no time. On his way home from school, he would stop by a florist every day. He had agreed that he would make fragrant 'moss sticks' for him, agreeing on a schedule and the payment due, thus supplementing the family's modest income with this extra work. As the days went by, Piero realised how fast he was able to apply the musk to the stick, a skill he wanted to put to good use. He therefore renegotiated the economic conditions with the owner, switching from fixed payment to a fee linked to the daily quantities produced. His income increased significantly.

BARGAINING ABILITY IS AN ENTREPRENEURIAL SKILL, BUT ABOVE ALL THE ABILITY TO VALUE ONE'S WORK WITH A CORRECT BALANCE BETWEEN GIVE AND TAKE. EXPERIENCING THIS IN ONE'S YOUTH IS A VIATICUM FOR THE FUTURE.



Dalla bottega al market

L'operosità di Piero fece breccia in famiglia. Uno zio che ne apprezzava lo spirito d'iniziativa, lo chiamò a lavorare nel market alimentare appena inaugurato. Piero accettò con tutto l'entusiasmo della sua giovane età e imparò velocemente a confrontarsi con la nuova dimensione commerciale: alla bottega subentrava il market, con un maggior spazio riservato alla merce e una diversa disposizione delle referenze. Comprese le specificità della nuova organizzazione, le modalità di approvvigionamento, la logistica del magazzino, il rapporto fra la vendita visiva e la crescita esponenziale della pubblicità, le funzioni comunicative del design e l'evoluzione del packaging per la conservazione dei prodotti. Ben presto lo zio gli accordò piena fiducia e lo promosse responsabile del market, anche perché, pur fra tante novità, il giovane Piero ben continuava a destreggiarsi nelle trame della relazione.

Lo studio di un'adeguata organizzazione produttiva e commerciale non è ad esclusivo appannaggio dell'industria, ma caratterizza anche l'artigianato moderno, la sua relazione con il mercato e l'evoluzione degli stili di vita dei consumatori.

FROM SHOP TO MARKET

Piero's industriousness impressed his family. An uncle, who appreciated his enterprising spirit, called him to work in his newly opened food market. Piero accepted with all the enthusiasm of his young age and quickly learnt to deal with the new commercial dimension: at that time, the local shop was being replaced by the supermarket, with more space reserved for the goods and a different way of presenting the products. Piero understood the specifics of the new organisation, the methods of procurement, warehouse logistics, the relationship between visual sales and the exponential growth of advertising, the communicative functions of design and the evolution of packaging for product preservation. His uncle soon placed his full trust in him and promoted him to head of the supermarket, also because, even with so many new aspects to consider, young Piero still proved capable of managing the relationship with the customer with skill.

STUDYING AN APPROPRIATE PRODUCTION AND COMMERCIAL ORGANISATION IS NOT ONLY THE PREROGATIVE OF INDUSTRY, BUT ALSO CHARACTERISES MODERN CRAFTSMANSHIP, ITS RELATIONSHIP WITH THE MARKET AND THE CHANGING LIFESTYLES OF CONSUMERS.

Vocazione Vestfalia

A una certa età è difficile accontentarsi, fermare i propri sogni e l'ambizione di scrivere nuove pagine di vita. Così era Piero e perciò prese il volo. Decise di emigrare in Germania, nella regione della Westfalen. Lì viveva un amico, titolare di una gelateria, che gli aveva offerto una nuova opportunità di lavoro. Nei primi tempi, Piero fu utilizzato a pieno ritmo nelle attività preparatorie, ma tale era la sua velocità di esecuzione che gli avanzava tempo per occuparsi d'altro. Imparò rapidamente i segreti del gelato artigianale e a comporre creazioni sontuose: dal retrobottega passò ben presto al servizio clienti. maturò diverse decisioni Piero in quell'anno di permanenza in terra tedesca: stabilì di sposarsi con la fidanzata Antonella al rientro in Italia; scoprì nel gelato artigianale la sua vera vocazione lavorativa; intuì che, pur nell'epoca d'oro del gelato industriale, c'era ancora spazio e possibilità di crescita per il gelato artigianale, come l'esperienza in Westfalen dimostrava.

Il giovane Michielan fa tesoro dell'esperienza sul campo, comprende che il criterio generalista non è più adatto a decifrare gli scenari moderni del mercato, intuisce il concetto di "target" come nuova unità di misura per decifrare i trend di mercato.

VOCATION WESTFALEN

At a certain age, some find it difficult to be content, to put the brakes on their dreams and their ambition to write new pages of life. Piero was one of these and so he took flight. He decided to emigrate to Germany, to the Westfalen region. He had a friend who lived there, the owner of a gelato shop, who had offered him a new job opportunity. In the early days, Piero was fully assigned to the production, but such was his speed of execution that he also had time to take care of other things. He quickly learned the secrets of homemade gelato and how to make sumptuous creations: from the backroom he soon moved on to customer service. Piero made several decisions during his year in Germany: he decided to get married to his fiancée Antonella when he returned to Italy; he discovered his true vocation in artisan gelato; he realised that, even in the golden age of industrial ice-cream, there was still room and possibility for artisan gelato to grow, as his experience in Westfalen proved.

THE YOUNG MICHIELAN TREASURES HIS EXPERIENCE IN THE FIELD, UNDERSTANDS THAT THE GENERALIST CRITERION IS NO LONGER SUITABLE FOR DECIPHERING MODERN MARKET SCENARIOS, AND SEES THE CONCEPT OF 'TARGET' AS A NEW UNIT OF MEASUREMENT FOR DECIPHERING MARKET TRENDS.





Serrande riaperte

Al rientro in Italia, Piero e Antonella si sposarono subito e subito progettarono di mettere in piedi un nuovo locale nel paese natio: la tradizione familiare riprendeva il suo cammino nel segno della continuità. Erano guidati, Piero e Antonella, da un progetto comune, che rafforzava la loro unione ed entrambi valorizzava, e da una forte motivazione che gli consentì di affrontare le difficoltà di avviamento e di conquistare la fiducia altrui con la forza delle idee e della competenza. Dopo ore e ore passate a studiare e discutere il “carattere” della nuova intrapresa, giorni e giorni spesi a definirne l'organizzazione, l'offerta, le modalità di servizio, il sogno era ormai pronto a trasformarsi in realtà.

La conduzione familiare assicura sviluppo e continuità anche all'artigianato moderno, ne è presupposto. La miglior imprenditorialità nasce dalla capacità di stabilire forti legami con il territorio dei propri affetti.

DOORS REOPENED

On their return to Italy, Piero and Antonella married immediately and immediately planned to set up a new shop in their hometown: the family tradition was resumed in the name of continuity. They were guided by a common plan, which strengthened their union and brought out their individual strengths, and by a strong motivation that enabled them to face the difficulties of starting out and win the trust of others with the strength of their ideas and expertise. After hours and hours spent studying and discussing the 'character' of the new venture, days and days spent defining its organisation, the range to be offered, and the service methods, the dream was now ready to become reality.

FAMILY MANAGEMENT ALSO ENSURES THE DEVELOPMENT AND CONTINUITY OF MODERN CRAFTSMANSHIP. THE BEST ENTREPRENEURSHIP STEMS FROM THE ABILITY TO ESTABLISH STRONG TIES WITH THE TERRITORY IN WHICH OUR AFFECTIONS LIE.

Dal bar-gelateria alla gelateria-bar

Fu una sorpresa bella e buona! Perché Piero e Antonella inaugurarono il loro locale capovolgendone il cliché: non più bar con un angolo riservato ai gelati (soprattutto confezionati) ma una gelateria-bar, un nuovo format che metteva al centro dell'offerta il gelato artigianale proponendo un nuovo modo di vivere il tempo libero. Il gelato di Piero diventò il gelato sociale e la sua gelateria il luogo prediletto da tanti giovani per trascorrere ore liete in un ambiente più in sintonia con gli stili di vita che andavano affermandosi in quegli anni. Si impose anche come punto di riferimento per tanti bambini, garantendo alle giovani famiglie proposte creative e di invogliante qualità.

Piero e Antonella ebbero l'intuizione di riposizionare il gelato artigianale nella modernità (fino ad allora confinato nella tradizione), affinandolo con l'ausilio di nuove strumentazioni, ampliando la gamma dei gusti e innovando i contenuti di servizio.

FROM CAFÉ WITH ICE-CREAM TO GELATO SHOP WITH CAFÉ

Their idea was a tasty surprise! Because when Piero and Antonella set up shop they turned the cliché upside down: it was no longer a bar with a corner reserved for ice-cream (especially packaged ice cream) but a gelato shop with a bar, a new format that made artisan gelato the key product in the range, proposing a new way of spending one's leisure time. Piero's gelato became the social gelato and his gelato shop the favourite place for many young people to spend happy hours in an environment more in tune with the lifestyles that were emerging in those years. It also established itself as a point of reference for many children, guaranteeing young families creative and tempting quality proposals.

PIERO AND ANTONELLA HAD THE INTUITION TO REPOSITION ARTISAN GELATO IN MODERN LIFE (UNTIL THEN IT HAD BEEN CONFINED TO TRADITION), REFINING IT WITH THE HELP OF NEW EQUIPMENT, EXPANDING THE RANGE OF FLAVOURS AND INNOVATING THE SERVICE CONTENT.

La creazione del cliente

Alla capacità di dare una risposta alla trasformazione delle vecchie abitudini in inediti comportamenti sociali, Piero unì la sua innata dote di animatore, l'abilità di vivificare l'ambiente in cui operava. Comprese che la sua gelateria doveva diventare uno specchio dei nuovi tempi, un locale trendy, e per questo la movimentò con i giovani ma anche con altri testimonial, veri e propri influencer ante litteram. Accolse, ad esempio, a proprie spese artisti che a lungo si intrattenevano e conversavano dentro o nel plateatico del locale, colorandolo di attualità e attirando l'interesse di una crescente clientela in una piacevole atmosfera relazionale, fatta di scambi, nuove conoscenze, confronti intergenerazionali.

Nella progettazione di un'impresa, la scelta del pubblico obiettivo è il presupposto del prodotto che s'intende realizzare.

CREATING THE CUSTOMER

Piero combined his ability to respond to the transformation of old habits into new social behaviour with his natural talent as an animator, the ability to instil the environment in which he operated with new energy. He understood that his gelato shop had to become a mirror of the new times, a trendy place, and for this reason he livened it up with young people but also with other testimonials, true ante litteram influencers. He welcomed, for example, at his own expense, artists who would linger and converse at length in or outside the shop, colouring it with current events and attracting the interest of a growing clientele in a pleasant atmosphere built on human relations, made up of exchanges, new acquaintances, intergenerational comparisons.

IN BUSINESS PLANNING, THE CHOICE OF THE TARGET AUDIENCE IS THE PREREQUISITE FOR THE PRODUCT TO BE REALISED.



Incontro al mondo

Il confronto con altre esperienze è alla base della crescita individuale, dell'aggiornamento della professionalità e dell'evoluzione dei prodotti. Periodicamente Piero partecipava a manifestazioni nazionali e internazionali del gelato artigianale, ottenendo numerosi riconoscimenti. Occasioni che non solo gli consentirono di confrontare le proprie creazioni con quelle altrui, studiandone diversità e affinità, ma anche di scoprire altre abitudini, altre culture, altre tradizioni girovagando nella geografia di molteplici comunità umane, nel “Paese che vai e gusti che trovi”. Un bagaglio costruito di viaggio in viaggio, che si rivelerà fondamentale per l'export dell'impresa Michielan.

La curiosità è la forchetta che consente di assaggiare il mondo e di farne tesoro per accrescere le qualità del proprio mondo.

MEETING THE WORLD

Gaining and considering other experiences is a key to individual growth, professional development, and product evolution. Piero periodically took part in national and international artisan gelato events, winning many awards. Occasions that not only allowed him to compare his own creations with those of others, studying their differences and affinities, but also to discover other habits, other cultures, other traditions, as he wandered through the geography of multiple human communities, in the 'When in Rome, taste what the Romans taste' perspective. An experience he built up with every new trip, and which would prove fundamental for exporting the Michielan company.

CURIOSITY IS THE FORK THAT ALLOWS YOU TO TASTE THE WORLD AND TREASURE IT TO ENHANCE THE QUALITIES OF YOUR OWN WORLD.

b

M I C H I
E L A N F
A M I L Y
G E L A T
O

il laboratorio
the workshop

Il presidio del gelato italiano

In breve tempo il successo arrivò a Piero e Antonella che, per rispondere alla domanda crescente, inaugurarono una seconda gelateria e strutturarono un laboratorio con Maestri gelatieri e strumentazioni all'altezza di una lavorazione a regola d'arte. Naturalmente, per spiegare questa rapida ascesa imprenditoriale non basta richiamare l'intorno, cioè le capacità organizzative, commerciali e relazionali, pur importanti, messe in campo da Michielan; è necessario andare al cuore dell'affermazione, all'impegno prevalente dell'azienda, quello orientato alla realizzazione di un gelato in sintonia con i gusti del consumatore moderno. Una ricerca produttiva che Piero ha sempre messo al primo posto, convinto che, prima di ogni altra cosa, debba essere il prodotto in sé a far parlare di sé.

THE PRESIDIUM OF ITALIAN GELATO

In a short time, success arrived for Piero and Antonella who, in order to meet the growing demand, opened a second gelato shop and set up a workshop with master gelato makers and equipment that could provide the required standard of workmanship. Of course, this rapid entrepreneurial growth was not only explained by the surroundings, i.e. the organisational, commercial, and relational skills, albeit important, implemented by Michielan; one needs to go to the heart of the success, to the company's prevailing commitment, that oriented towards making gelato in tune with the tastes of the modern consumer. A study of his production that Piero has always made his prime focus since he is convinced that, before anything else, the product itself should be the talk of the town.

Unendo tradizione a innovazione,
esperienza e sperimentazione, Piero Michielan
è diventato un vero e proprio presidio
del miglior gelato italiano.

By combining tradition with innovation, experience
and experimentation, Piero Michielan has become a true
presidium of the finest Italian gelato.



taste: CIOCCOLATO DARK_ dark chocolate

taste: MENTA CIOCCOLATO_mint Chocolate Chips





La scelta oculata delle materie prime
è condizione indispensabile per ottenere un
buon gelato e aiuta le economie di territorio
a preservare la biodiversità e l'esclusività
dei gusti tipici.

The careful choice of raw materials is a prerequisite for good gelato
and helps local economies preserve the biodiversity
and exclusivity of typical flavours.



Qualità

Per i suoi gelati, Piero Michielan si è sempre giovato di materie prime di qualità. Ora come allora, la selezione corre dal Veneto al Piemonte, dalla Calabria alla Sicilia fino a spaziare nelle biodiversità di altri Paesi e Continenti. Nel laboratorio di Noale e successivamente in quello di Scorzè (la sede attuale dell'azienda) venivano e vengono utilizzati solo latte, mascarpone e panna freschi di alta qualità.

Una base via via arricchita da: nocciole trilobate IGP del Piemonte pistacchi di Sicilia mandorlato di Cologna Veneta cacao Barry Callebaut semi di Guar e di carruba amarena e menta Fabbri liquirizia Amarelli misto dei cinque frutti di bosco cassata siciliana e succo di limone di Sicilia mango Alfonso... e naturalmente la ricerca continua..

QUALITY

Piero Michielan has always used quality raw materials for his gelato. Now, as he did back then, he selects them in locations from Veneto to Piedmont, from Calabria to Sicily, and even exploits the biodiversity of other countries and continents. In the workshop in Noale and later in the one in Scorzè (the company's current headquarters), only high quality fresh milk, mascarpone and cream were and are used.

A base gradually enriched with: PGI trilobata hazelnuts from Piedmont pistachios from Sicily almonds from Cologna Veneta Barry Callebaut cocoa Guar and carob seeds Fabbri black cherries and mint Amarelli liquorice forest fruit 5-berry mix cassata siciliana and lemon juice from Sicily Alphonso mangoes... and of course the search goes on.

freschezza

Da dove deriva la piacevole freschezza dei gelati Michielan? Quel refrigerio che si espande senza anestetizzare le papille gustative? Deriva dalla sua lavorazione. Precisamente, dall'amalgamazione della miscela. È in questa fase che, per raggiungere il miglior risultato, i Maestri gelatieri analizzano le caratteristiche degli ingredienti previsti dalla ricetta, perché ognuno di essi si presta in modo diverso al processo di mantecatura. Per questo è fondamentale garantirne con procedure mirate un bilanciamento corretto, assieme a una regolata intensità di rotazione.

A questo proposito, va sottolineato che il gelato industriale utilizza il 100% di aria, talvolta di più ancora, mentre il gelato artigianale non va oltre il 35%, non essendo forzata la mantecatura e realizzandosi solo con un lento sbattimento del prodotto. Un procedimento che fa la differenza.

FRESHNESS

Where does the pleasant freshness of Michielan ice cream come from? That coolness that spreads over the taste buds without anaesthetising them? It comes from the way it is processed. Precisely, from the amalgamation of the mixture. It is at this stage that, in order to achieve the best result, the Master Gelato Makers analyse the characteristics of the ingredients listed in the recipe, because each one of them plays a different role in the whisking process. This is why it is essential to ensure the correct balance, together with a regulated intensity, using targeted procedures.

IN THIS REGARD, IT SHOULD BE EMPHASISED THAT INDUSTRIAL ICE-CREAM USES 100% AIR, SOMETIMES EVEN MORE, WHILE ARTISAN GELATO DOES NOT GO BEYOND 35 PER CENT, AS THE WHISKING PROCESS IS SLOW AND NOT FORCED. THIS PROCESS MAKES ALL THE DIFFERENCE.

Un procedimen to che fa la differenza.

La scelta oculata delle materie
prime è condizione in.



taste: VANIGLIA _ Vanilla

La freschezza nasce dalla corretta
amalgamazione della miscela, garantita
dall'esperienza dei Maestri gelatieri.

The mixture is correctly blended to produce a unique freshness,
guaranteed by the experience of master gelato makers.

taste: CAFFÈ _ Coffee





Oggi la cremosità è del tutto genuina,
vengono utilizzati materie prime e coloranti
naturali, senza ricorrere ad additivi ed
equilibrando in modo ottimale gli zuccheri
con gli ingredienti solidi e i grassi.

Today, the creaminess is completely genuine, natural raw materials
and colourings are used, with no additives, and the sugars are optimally
balanced with the solid ingredients and fats.

i.

taste: AMARETTO



cremosità

Assieme alla freschezza, i gelati di Piero Michielan si caratterizzano per la loro avvolgente cremosità. È una delle peculiarità prevalenti, che anche sotto il profilo visivo riempie lo sguardo e invoglia. A livello gustativo, si apprezza quando si percepisce una perfetta consistenza, l'amalgama è vellutato al punto giusto, non è farinoso né sabbioso o acquoso.

È importante ricordare che la cremosità non deriva di per sé dai grassi, anzi! Una loro sproporzionata utilizzazione può trasformare il gelato in un vero e proprio mattone difficile da digerire, come capita talvolta negli ice cream mal assortiti.

CREAMINESS

In addition to their freshness, Piero Michielan's gelatos are characterised by their enveloping creaminess. This is one of their prevailing unique qualities, which also makes them visually appealing and appetising. In terms of taste, the aim is to achieve a perfect texture: pleasingly velvety, and neither floury nor sandy or watery. It is important to remember that creaminess does not derive from fat as such, quite the contrary! A disproportionate use of fat can turn ice cream into a real brick that is difficult to digest, as is sometimes the case with ice-creams made with poor quality ingredients.



taste: MANGO



gusto

Per conferire intensità al gusto risulta decisiva la professionalità dei Maestri gelatieri, la loro competenza valutativa in diverse fasi produttive, soprattutto nei momenti di verifica del corretto grado di acidità, dell'esatta calibratura di zuccheri e grassi negli ingredienti per ottenere una buona omogeneizzazione; o come nell'analisi della frutta e altre materie prime, per le diverse condizioni che le caratterizzano a seconda della stagione e del clima.

TASTE

In order to give intensity to the flavour, the professionalism of the Master Gelato Makers is key, as is their expertise in evaluating the various production stages, especially when checking the correct degree of acidity, and the exact calibration of sugars and fats in the ingredients to achieve good homogenisation. They must also be skilled in analysing the fruit and other raw materials, in relation to the different conditions that characterise them according to season and climate.

Solo dall'incontro delle buone materie
prime con la sapienzialità dell'esperto
gelatiere nasce il gusto unico del gelato
italiano.

The unique taste of Italian gelato can only be achieved
by combining good raw materials with the expertise
of expert gelato makers.



taste: NOCI E FICHI _ walnuts and figs

Il gelato è per tutti, grandi e bambini,
e si gusta in tutte le stagioni. Il percorso
evolutivo di Michielan rientra negli stili
alimentari della modernità.

Gelato is for everyone, adults and children alike,
and can be enjoyed in all seasons. Michielan's evolutionary
path has made gelato an important element in our modern food habits.

taste: COCCO _ Coconu

benefici

Tanti sono i benefici che il gelato di Piero Michielan assicura ai suoi estimatori.

È innanzitutto felicità! E non è solo un modo di dire... la sua degustazione infatti “accende” quell’area del cervello che è all’origine di piacevoli emozioni

È energetico. Con il rapido assorbimento degli zuccheri, il gelato assicura un immediato apporto energetico particolarmente utile ai ragazzi e agli sportivi

È digeribile. Le sostanze del gelato inglobate in gocce d’acqua congelate sono facilmente assimilabili dai succhi gastrici

È nutriente. Gustandolo alimentiamo il nostro corpo con proteine, zuccheri solubili, grassi, fosforo, calcio. Un piacere completo

È salutare, rigenerante, meno calorico di altri snack, antiossidante

BENEFITS

The benefits Piero Michielan’s gelato ensures its connoisseurs are countless.

Firstly, happiness!

And that’s not just a figure of speech... tasting it in fact ‘switches on’ that area of the brain where pleasant emotions originate

It is energising. The rapid absorption of the sugars in gelato provides an immediate energy supply that is particularly useful for children and sportsmen

It is easy to digest. The substances in ice cream incorporated in frozen water droplets are easily assimilated by the gastric juices

It is nutritious. When we enjoy gelato, we supply our bodies with protein, soluble sugars, fat, phosphorus, and calcium. An all-round pleasure

It is healthy, rejuvenating, lower in calories than other snacks, antioxidant

Un appuntamento
con il piacere dell'emozione,
una pausa di felicità nutriente
e rigenerante.

A rendezvous with the pleasure of emotion,
a nourishing and rejuvenating break of happiness.

taste: MARRON GLACÉ _ Marron Glacé





C

M I C H I
E L A N F
A M I L Y
G E L A T
O

A close-up photograph of a person's hands holding a small, dark red bowl filled with scoops of ice cream. The ice cream is white with pink swirls. The person's left hand holds the bowl, while their right hand uses a silver spoon to scoop. The person has dark red nail polish and blue ink tattoos on their fingers and wrist. The background is a solid, deep red color. The text 'l'evoluzione' is written in a large, white, serif font, and 'evolution' is written in a smaller, white, italicized serif font below it.

l'evoluzione
evolution

anni
80



Il gelato nel bicchiere

Un giorno Piero e Antonella, durante un viaggio a Barcellona, ordinarono a fine colazione un gelato artigianale di ztampo catalano (la curiosità è l'anima dell'evoluzione). Piero osservò che il gelato tardava ad arrivare in tavola perché occorreva prepararlo adeguatamente, e questa operazione intralciava la routine del servizio. Detto fatto! Tornato in Italia, Piero si dedicò alla progettazione dei “gelati da ristorazione”, e cominciò a produrli con una invitante preparazione in bicchieri di vetro, promuovendo per il lancio anche un'edizione speciale da collezione “made in Murano”: nasce la “Monoporzione Michielan”, pronta per essere servita e consumata ai tavoli del ristorante senza alcuna perdita di tempo e con efficace resa sia sotto il profilo qualitativo che estetico. L'idea ebbe un immediato successo e contribuì all'affermazione del brand aziendale.

GELATO IN A GLASS

One day Piero and Antonella, on a trip to Barcelona, ordered a Catalan-style artisan gelato for breakfast (curiosity is the soul of evolution). Piero noted that the gelato was taking a long time to arrive at the table because it needed to be properly prepared, and this was getting in the way of the service routine. A problem he soon found a solution for! Back home in Italy, Piero set about designing 'gelato for the catering market', and began to produce them in appealing glasses, also promoting a special collector's edition 'made in Murano' for the launch campaign: the 'Monoporzione Michielan' was born, ready to be served and consumed at restaurant tables without wasting time and with an effective yield from both a qualitative and aesthetic point of view. The idea was an immediate success and contributed to the establishment of the company brand.

Nel corso della sua quarantennale esperienza Piero Michielan si è rivelato un instancabile interprete del “problem solving”. Con la sua capacità di osservazione ed elaborazione, ha ideato diverse soluzioni in grado di innovare i contenuti di servizio.

During his forty years of experience, Piero Michielan has been a tireless problem-solver. With his ability to observe and elaborate, he has devised various solutions capable of innovating service content.



taste:

TARTUFO MENTA CIOCCOLATO

Gelato alla menta con cuore di cioccolato. Mint gelato with a heart of chocolate.

TARTUFO ALLA LIQUIRIZIA

Gelato alla liquirizia con cuore di cioccolato bianco. Liquorice gelato with a heart of white chocolate.

taste:

TARTUFO BIANCO

Gelato alla panna con cuore di caffè.

Cream gelato with a heart of coffee.

TARTUFO NERO

Gelato al cioccolato con cuore di zabaione.

Chocolate gelato with a heart of zabaione.

TARTUFO PISTACCHIO

Gelato al pistacchio con cuore di crema pasticcera.

Pistachio gelato with a heart of custard cream.



taste:

COPPA ROMANTICA *Tiramisù,*

CONFETTURA DELLA NONNA *Cookies l'originale! . Cookies gelato, the original!*



taste:

BICCHIERE ONDACHIARA

Crema Fiorentina. Florentine cream.

BICCHIERE ONDACHIARA

Panna - Nocciola variegato Nocciola e cacao. Cream - Hazelnut with Hazelnut and cocoa ripple.



taste:

COPPA ORIENTALE

Panna cioccolato. Cream and chocolate ripple.

Cocco maracuja. Coconut and maracuja ripple.

Panna cotta.



In diversi contenitori, una brillante soluzione
per la tempistica della ristorazione.

In different containers, a brilliant solution for the timing
of catering environments.



anni

80



Formato Famiglia

Sono gli anni in cui si fa strada un nuovo elettrodomestico: il freezer. Una novità di cui molte famiglie prontamente si dotarono, perché consentiva la conservazione dei cibi a basse temperature per un lungo tratto di tempo. Piero Michielan colse al volo questa opportunità, creando le “Vaschette Formato Famiglia” da alloggiare nel freezer di casa, una comodità a portata di mano per la degustazione del gelato nelle più svariate occasioni della giornata. Un ulteriore canale di vendita che consentì alla Premiata Gelateria Michielan di ampliare il target territoriale e di allestire nel laboratorio di Scorzè uno spaccio “dal produttore al consumatore”. Anche in questo caso l’iniziativa trovò un’ampia accoglienza che continua ancor oggi con un pubblico in continua espansione.

FAMILY SIZE

In the eighties, a new household appliance appeared on the scene: the freezer. A novelty that many families promptly acquired, because it allowed them to store food at low temperatures for long periods of time. Piero Michielan seized this opportunity at once, creating ‘Family-Size Tubs’ to be kept in the freezer at home, handy to have for those who dreamed of being able to enjoy gelato at any time of the day. This was a further sales channel that allowed Premiata Gelateria Michielan to broaden its target market and set up a ‘producer to consumer’ outlet in the Scorzè workshop. Here too, the initiative was widely welcomed and continues to this day with an ever-expanding public.

DIVERSIFICATION DOES NOT MEAN DIFFERENTIATING QUALITY BUT RESPONDING IN A TARGETED MANNER TO DIFFERENT MODES OF ENJOYMENT, CREATING AD HOC FORMATS AND FACILITATING DISTRIBUTION. THE PRODUCT IS ALWAYS THE RESULT OF THE CONSUMER’S WISHES.

Diversificare non significa differenziare la qualità, ma rispondere in modo mirato alle diverse modalità di fruizione, creando formati ad hoc e facilitandone la distribuzione. A monte del prodotto ci sono sempre i desideri di chi lo consuma.

Diversification does not mean differentiating quality but responding in a targeted manner to different modes of enjoyment, creating ad hoc formats and facilitating distribution. The product is always the result of the consumer's wishes.

taste: FRAGOLA *Strawberry*





61



taste: PANNA AMARENA *Cream & Black Cherry Ripple*





taste: CRUNCHY



anni

2000



Gelato di Natura

All'alba del terzo millennio Piero Michielan decise di attuare un nuovo progetto per affermare l'identità del gelato italiano e il brand d'impresa nei mercati nazionale e soprattutto esteri. Varò così "Gelato di Natura", una proposta comprensiva di un'ampia gamma di prodotti di qualità, declinata dal designer di riferimento dell'azienda Matteo Scorsini con una suggestiva immagine coordinata, diversi strumenti d'identità, nuovo packaging e un originale format di gelateria. Il progetto in questi anni è stato ben accolto e attuato in alcuni Paesi europei e in altri sta prendendo forma. La Gelateria di Natura ospita anche altre specialità italiane, allungando la stagionalità del locale (cioccolateria di produzione propria, biscotteria, caffetteria della storica torrefazione veneta Goppion, ecc.) e viene allestita utilizzando materiali nobili, come il rame, l'ardesia, il legno, le stampe grafiche che richiamano il mood estetico del territorio. A Venezia "Gelato di Natura" è già diventato una tappa obbligatoria.

NATURE'S GELATO

At the dawn of the third millennium, Piero Michielan decided to start a new project to assert the identity of Italian gelato and the company brand in the domestic and – above all- foreign markets. He thus launched 'Gelato di Natura', a proposal comprising a wide range of quality products, presented by the company's go-to designer Matteo Scorsini with a striking coordinated image, various identity tools, new packaging, and an original gelato shop format. The project in recent years has been well received and implemented in a number of European countries, while it is still taking shape in others. The Gelateria di Natura also hosts other Italian specialties, extending the seasonal nature of the premises (home-made chocolates, biscuits, coffee from the historic Veneto-based coffee roasting company Goppion, etc.).) and is set up using fine materials such as copper, slate, and wood, as well as graphic prints that recall the aesthetic mood of the area. In Venice, 'Gelato di Natura' has already become an obligatory stopping place.

gelato
di FREDERICA
DENMARK
natura

QUALI

Behind every one
For our Gelato
We process fresh
from a wide ass
piachio from S
central A
Amarelli
from Stal
Great i

TY INGREDIENTS

at gelato there is a selection of great ingredients.
we only use selected, local, high quality, rare materials.
milk, butter, mascarpone, fresh cream, taking our pick
of the finest products. Hazelnut from Piedmont IGP,
nearly, almond nougat from Cologna Veneto, real Cocoa from



A night scene in a Venetian square. On the left, a tall brick clock tower with a circular clock face featuring a sunburst design. In the center, a building with a large, blue-tiled dome. A green street lamp stands in the foreground. A blurred crowd of people is walking on a path in the lower right. The sky is dark with many stars.

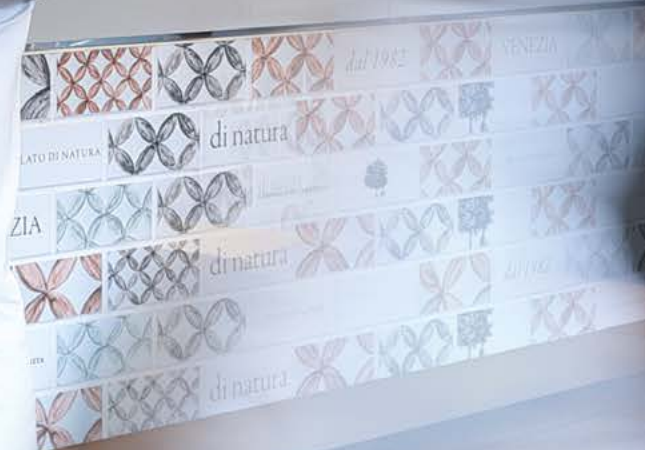
“Gelato di Natura” è l'icona della imprenditoria
artigiana nel mondo e valorizza la biodiversità
del “made in Italy”, la storia del “made in
Venice”, l'arte del “made in Michielan”.

'Gelato di Natura' is the icon of artisan entrepreneurship
in the world. It enhances the biodiversity of 'made in Italy',
the history of 'made in Venice', and the art
of 'made in Michielan'.





GELATO DI NATURA



la cura e
l'originalità
nella scelta
dei materiali
costruttivi

the care and
authenticity
in choosing
the productive
materials.





GELATO DI NATURA

CREAZIONI ARTIGIANALI

total quality

PRODUCIAMO GELATO ARTIGIANALE DAL 1982,
VOLGENDO LA NOSTRA ATTENZIONE ALLA SCELTA
DELLE MIGLIORI MATERIE PRIME, NEGLI
SCRUPOLOSI CONTROLLI DI PRODUZIONE E
ALLA CONTINUA RICERCA DELL'INNOVAZIONE E
DELLA CREATIVITÀ. TUTTA LA NOSTRA LINEA DI
GELATO VIENE PRODOTTA MEDIANTE
L'USO DEI CLASSICI MANTECATORI SEMPRE
IN RIGOROSO RISPETTO DELLE NORMATIVE
STATALI E VOLONTARIE CHE REGOLANO IL NOSTRO
SETTORE. CI SERVIAMO SOLO DI MATERIE PRIME
DI ORIGINE CONTROLLATA.
TUTTO QUESTO PER OFFRIRVI
UN AUTENTICO E GENUINO
"GELATO DI NATURA".

"GELATO" IN THE ARTISAN STYLE SINCE
PARTICULAR ATTENTION TO SOURCING
MATERIALS, SCRUPULOUS PRODUCTION
AND CONTINUOUS RESEARCH FOR
CREATIVITY. ALL OF OUR 'GELATO' IS
PRODUCED USING TRADITIONAL 'MANTECATORI', SMALL
MACHINES WITH ROTATING PADDLES
TO MAINTAIN THE CREAMY TEXTURE
OF THE AUTHENTIC 'GELATO MANTECATO'.
WE SOURCE ALL MATERIALS FROM CONTROLLED
SUPPLIERS SO THAT WE CAN OFFER YOU,
A TRULY AUTHENTIC AND GENUINE,
"GELATO DI NATURA".





I gusti di natura nella magica
Venezia: una tappa obbligatoria per
grandi e bambini.

The flavours of nature
in magical Venice: a must for the
young and the young at heart alike.







Rame, ardesia, legno e altri materiali nobili, stampe grafiche dei paesaggi del territorio: “Gelato di natura”, dove la bontà s’accompagna alla bellezza.

Copper, slate, wood and other fine materials, graphic prints of the local landscapes: ‘gelato di natura’, where goodness goes hand in hand with beauty.



anni

2000



Dose de Mar

Nel secondo decennio del Duemila, entra in scena “Dose de Mar”, il Gran Gelato della “Premiata Gelateria Michielan”, espressione della sua fedeltà alle bontà della tradizione veneziana. Il nome ne costituisce un’esplicita testimonianza: “Dose de Mar” era una festa molto sentita dai veneziani - rappresentava lo sposalizio della città con il mare - durante la quale il Doge lanciava in acqua un anello a simboleggiarne il legame indissolubile. Il gelato “Dose de Mar” è un nobile omaggio a questo immaginifico rito. La sua ricetta (segreta nei fondamentali) prevede un sapiente dosaggio degli ingredienti, che vengono lavorati preservandone la naturalità e valorizzandone la rotondità del gusto, anche con la corretta utilizzazione delle fibre vegetali.

In the second decade of the 2000s, ‘Dose de Mar’, the Gran Gelato of the ‘Premiata Gelateria Michielan’, entered the scene, an expression of the brand’s loyalty to the goodness of Venetian tradition. The name is an explicit testimony to this: ‘Dose de Mar’ was a festival much loved by the Venetians - it represented the marriage of the city with the sea - during which the Doge would throw a ring into the water to symbolise the indissoluble bond between them. ‘Dose de Mar’ ice cream is a noble tribute to this imaginative ritual. Its recipe (with secret key ingredients) involves a skilful dosage of the raw materials, which are processed preserving their naturalness and enhancing the roundness of the flavour, also with the correct use of vegetable fibres.

Uno specialty goods non necessariamente
rappresenta il core business di un'azienda,
ma sicuramente è specchio della sua identità.

A specialty product does not necessarily represent
the core business of a company, but it certainly
reflects its identity.

taste: SORBETTO AL LIMONE *Lemon sorbet*





anni

2000



Mochi

Dall'intensa collaborazione avviata da Piero Michielan con vari imprenditori dei Paesi dell'Estremo Oriente (Cina e Giappone, in particolare) è nata la nuova linea di dessert-gelato dell'azienda veneziana, inaugurata da Mochi, un vero e proprio abbraccio fra Oriente e Occidente.

Mochi è un sorprendente rice cake: di fuori è ricoperto con un dolce riso speciale, all'interno accoglie un cuore di gelato fresco e cremoso, realizzato a mano e con selezionate materie prime. Un dessert unico, il piacevole risultato dell'incontro fra diverse culture nell'evoluzione del gusto.

The close collaboration forged by Piero Michielan with various entrepreneurs in Far Eastern countries (China and Japan, in particular) gave rise to the Venetian company's new line of dessert-gelato, introduced by Mochi, a true embrace between East and West.

Mochi is a surprising rice cake: on the outside it is covered with a special kind of rice, while inside it has a heart of fresh, creamy gelato, hand-made with selected raw materials. A unique dessert, the pleasant result of the meeting of different cultures in the evolution of taste.

Per l'artigianato globalizzazione non significa appiattimento del gusto. Al contrario, nel solco della storia, è un'opportunità per arricchirlo con l'apporto di altre tradizioni.

For craftsmanship, globalisation does not mean flattening taste. On the contrary, in the wake of history, it is an opportunity to enrich it with the contribution of other traditions.



taste: MANGO Con il 17% di mango. With 17% of mango





Mochi: un sorprendente rice cake, un abbraccio fra Oriente e Occidente.

La storia di Piero Michielan, della sua famiglia
e della sua azienda, sotto questo profilo, è una storia esemplare,
il lungo racconto della moderna evoluzione artigianale.

taste:

THE MATCHA *Con the matcha Giapponese. With Japanese the matcha*

PISTACCHIO DI SICILIA PISTACHIO *Con pistacchi siciliani. With Sicilian Pistachios*



anni

2000



Cookie dough

Accanto agli intramontabili gusti classici, la Premiata gelateria Michielan nei suoi quarant'anni di storia ha sempre utilizzato la sperimentazione come leva di mercato per soddisfare la voglia di novità di larga parte dei consumatori contemporanei. Cookie Dough è fra gli esempi più recenti dell'impegno dell'azienda in questa direzione. Nasce dall'incontro della tradizione dolciaria d'oltreoceano con quella italiana e viene creato mescolando pezzetti di biscotti a pasta cruda con il buon gelato italiano: una piacevole sorpresa, un simbolo della tradizione che si rinnova.

Besides the timeless classic flavours, in its forty years of history, Premiata Gelateria Michielan has always used experimentation as a market lever to satisfy the desire for innovation of many of today's consumers. Cookie Dough is one of the most recent examples of the company's commitment in this direction. It was inspired by combining the confectionery tradition from overseas with that of Italy and is created by mixing pieces of raw cookie with excellent Italian gelato. The result is a pleasant surprise, a symbol of tradition renewed.

Una buona novità è fatta di tanti ingredienti:
capacità di associare in modo inedito gusti diversi,
ricerca e sperimentazione, competenza produttiva,
occhi aperti al mondo.

A good novelty is made of many ingredients: the ability to combine
different tastes in new ways, research and development, production expertise,
and an outlook that is open to the world.





taste:

BISCOTTO CRUDO AL CIOCCOLATO
GELATO ARTIGIANALE ALLA VANIGLIA

With Sicilian Pistachios

BISCOTTO CRUDO ALLA VANIGLIA
GELATO ARTIGIANALE AL CIOCCOLATO

With Sicilian Pistachios



Tanti pezzettini di biscotti
a pasta cruda immersi nel buon gelato italiano.
Cookie dough, un'altra proposta frutto della
creatività della Premiata Gelateria Michielan.

Lots of cookie dough morsels submerged in delicious Italian gelato.
Cookie dough, another proposal from the creative minds
at Premiata Gelateria Michielan.



anni

2000



LAN

Packaging innovativo e nuova modalità di presentazione del gelato: ecco un altro risultato della ricerca Michielan studiato in anni recenti per aumentare il gradimento del consumatore nei momenti di festa e di convivialità, Lan si propone con un'eco-confezione di grande attualità e va servito a fette o a cubetti che ne esaltano i gusti e le proprietà naturali. La Premiata Gelateria Michielan si distingue anche per il suo costante impegno a migliorare i contenuti di servizio.

Innovative packaging and a new way of presenting gelato: this is another result of the research carried out by Michielan in recent years to increase consumer enjoyment during festive and social moments. Lan comes in eco-friendly packaging that is very up-to-date and is served in slices or cubes that enhance its natural flavours and properties. Premiata Gelateria Michielan also stands out for its constant commitment to improving service content.

L'estetica della bontà è parte integrante della vision della Famiglia Michielan, la bellezza va di pari passo con il piacere del gusto.

The aesthetics of goodness are an integral part of the Michielan family's vision; beauty goes hand in hand with the pleasure of taste.



taste: PANNA AMARENA *Black cherry cream*





taste: CARMELLO SALTO *Salted caramel*

100

Un gelato da servire a fette o a cubetti.

A Gelato which has to be served in slices or in cubes



IOI



taste: TIRAMISU

Freschezza e cremosità servite in modo originale

Freshness and creaminess served in the original way



103

d

M I C H I
E L A N F
A M I L Y
G E L A T
O

A hand with visible tattoos holds a chocolate ice cream cone topped with a large scoop of vanilla ice cream and a round waffle cookie. The background is a dark, gradient purple.

il futuro
the Future





La storia continua

Non differentemente dagli artigiani del Rinascimento, anche l'artigiano moderno si distingue per il suo ruolo formativo. Il tempo ci ha insegnato che il suo "banco di lavoro" è il luogo più efficace e stimolante per l'apprendimento. Lì i giovani "apprendisti" possono osservando il maestro all'opera imparare i segreti del mestiere, le tecniche, le intuizioni, i progressi. È un apprendimento che avviene per osmosi e fascinazione. E così hanno fatto i figli di Piero e Antonella fin da piccoli, unendo agli studi lo studio del padre e della madre, toccando con mano i valori del lavoro, appagante approdo alla conoscenza e all'espressione di sé. Dopo anni di frequentazione e attività nella "casa del gelato artigianale", oggi Riccardo ed Elisa ne rappresentano la continuità ma anche l'innovazione che viene dalla freschezza delle loro idee. E la storia continua...

THE STORY CONTINUES

Not unlike the craftsmen of the Renaissance, the modern craftsman is also distinguished by his formative role. Time has taught us that his 'workbench' is the most effective and stimulating place for learning. There, young 'apprentices' can watch the master at work and learn the secrets of the trade, techniques, insights, progress. It is a kind of learning that occurs through osmosis and fascination. The kind that Piero and Antonella's children have done from an early age, combining their studies with their parents' studies, experiencing the values of work first-hand, seeing it as a rewarding approach to knowledge and self-expression. After years of frequenting and working in the 'home of artisan gelato', today Riccardo and Elisa represent the next stage of its path but also the innovation hatched from the freshness of their ideas. And the story continues...

L'azienda artigianale contempla per la sua
evoluzione diverse professionalità, ma la sua
continuità è pur sempre garantita dalla
gestione familiare, viaggio di padre in figlio.

The artisanal company contemplates different professional skills for its evolution,
but its continuity is still guaranteed by family management, passing from father to son.
This is a model that can easily accommodate new means and methods,
without losing its validity.



Il marketing territoriale non è solo un elemento significativo del marketing mix, è soprattutto un'attenzione d'impronta umanistica, un modo di condividere e di crescere assieme all'intera comunità.

Local marketing is not only a significant element of the marketing mix, it is above all a humanistic focus, a way of sharing and growing together with the whole community.



La base

L'hanno respirata fin da bambini la presenza del territorio nell'attività dei loro genitori, l'importanza che ha avuto per la crescita della loro azienda. Il territorio è la base delle relazioni, del sostegno reciproco, dell'affettività che nasce dalla socialità della comunità. È una delle dimensioni storiche del lavoro artigianale, che ha consentito a tante imprese di affrontare e superare difficoltà di varia natura. Per molte attività rappresenta anche la tranquillità della sicurezza, perché la conoscenza diretta e di prossimità consente di sviluppare un'affiatata fiducia. La Premiata Gelateria Michielan si è sempre adoperata a sostenere le attività aggregative e associative del proprio territorio, negli ambiti formativi e culturali in particolare. I giovani Michiekan ne sono ben consapevoli, il territorio è una voce che rientra nel planning del loro futuro.

THE FOUNDATIONS

They have felt the presence of the territory in their parents' business since their childhood, and the important role the local area played in the growth of their company. The territory is the basis of the relationships, mutual support, and affections that arise from interacting with one's community. It is one of the historical dimensions of craftsmanship, which has enabled many businesses to face and overcome various kinds of difficulties. For many businesses, it also represents the tranquillity of security, because direct and close acquaintance enables the development of loyal trust. Premiata Gelateria Michielan has always endeavoured to support aggregative and associative activities in its territory, above all in the educational and cultural spheres. The young Michielans are well aware of this, the territory is an important item in their plan for the future.



taste: ARACHIDI_ peanuts



113

De gustibus

I gusti non si discutono, appartengono alla storia, cambiano e si trasformano, vanno e vengono a seconda delle epoche e delle condizioni sociali. E sono generati dalla biodiversità, attraversano la geografia del mondo. La loro importanza è spesso decisiva per un'apprezzabile espansione nel mercato. L'attenzione ai gusti è una consuetudine in casa Michielan, negli anni Piero tanti ne ha sperimentati, con la frutta e altre delizie tipiche. Una ricerca che a maggior ragione rientra nei futuri programmi, in un'epoca caratterizzata da una globalizzazione che ha velocizzato gli scambi commerciali ma anche culturali fra le tradizioni gastronomiche e dolciarie di molti Paesi. Una sfida affascinante per l'artigianato moderno, luogo privilegiato dell'incontro fra locale e globale.

Tastes are not disputed, they belong to history, they change and transform, they come and go according to the particular era and social conditions. And they are generated by biodiversity, they traverse the geography of the world. Their importance is often a determining factor for enabling an appreciable expansion in the market. Focusing on tastes is a habit in the Michielan household. Over the years Piero has experimented with many of them, with fruit and other typical delicacies. A quest that is increasingly forming part of future programmes, in an era characterised by globalisation that has speeded up trade but also cultural exchanges between the gastronomic and confectionery traditions of many countries. A fascinating challenge for modern craftsmanship, a privileged place where local and global meet.

Avviare nuovi incontri fra i gusti della
biodiversità per creare un vero e proprio
alfabeto delle sensazioni naturali: il futuro
dei gelati Michielan va in questa direzione.

Initiating new encounters between the flavours of biodiversity
to create a veritable alphabet of natural sensations: this is the direction
in which the future of Michielan gelato is headed.



Quante previsioni sbagliate nel passato da parte dei futurologi quando immaginavano per i giorni nostri un'alimentazione a base di pillole e surrogati, cancellando il gusto dalle tavole! In realtà la richiesta di materie prime e cibi naturali non è mai andata perduta, da anni è in costante crescita. Il gusto fa parte della poesia dell'uomo.

How wrong were the futurologists of the past when they imagined us living on a diet of pills and supplements, wiping taste off the table! In reality, the demand for raw materials and natural foods has never been lost; it has been growing steadily for years. Taste is part of man's poetry.



Nuove frontiere

Anche per l'artigianato moderno si pone il problema di come affrontare le nuove dinamiche dei mercati. La rivoluzione in atto – la transizione 4.0 – sta modificando in profondità i sistemi di produzione, commercializzazione e comunicazione, assemblando le tecnologie abilitanti e favorendo inedite interazioni. Ne sono consci in casa Michielan, oggi e domani bisognerà far far leva sulla massima duttilità per interagire con gli scenari del mercato ed essere sempre al passo con la transizione digitale. Ma la trasformazione in atto non potrà mai fare a meno “dell'intelligenza delle mani”, avere nella maestria del gelatiere il caposaldo della lavorazione del gelato. Anche per la nuova generazione l'impegno è di fare dell'artigianato il presidio della bontà naturale e di renderla compatibile con le innovazioni che verranno.

NEW FRONTIERS

The question of how to cope with the new market dynamics also arises for the modern craft industry. The revolution underway - Transition 4.0 - is drastically changing production, marketing and communication systems, assembling enabling technologies and fostering unprecedented interactions. At Michielan, they are aware of this. Today and tomorrow there will be a need to leverage maximum versatility to interact with the changing market scenarios and keep up with the digital transition. But the ongoing transformation will never be able to do without the contribution of 'wise hands', since the mastery of the gelato maker is the cornerstone of gelato making. For the new generation too, the commitment is to make craftsmanship the guardian of natural goodness and to make it compatible with the innovations still to come.

La scelta etica

“Che cos’è la scelta etica per un’azienda come la nostra? È impegnarsi, sempre e comunque, a far le cose per bene, è quello che ci hanno insegnato Piero e Antonella, con le loro scelte e il loro esempio. Questa è e resterà, anche per noi, la via maestra, tanto più nel mondo artificiale di oggi”. È un’assunzione di responsabilità quella di Riccardo ed Elisa, la dimostrazione di aver interiorizzato il senso profondo del lavoro, il rispetto che l’artigiano deve avere per l’ambiente che lo circonda e la natura. È la convinta adesione alla transizione ecologica, allo sviluppo di energie rinnovabili, alla promozione di un’agricoltura promiscua e biologica, al lavoro giusto e gratificante, a un’economia civile in grado di sviluppare sinergie e collaborazioni in un quadro di onesta competizione.

ETHICAL CHOICE

“What is ethical choice for a company like ours? It is a commitment, always and in any case, to do things right; it is what Piero and Antonella taught us, with their choices and their example. This is and will remain, for us too, the right road, all the more so in today’s artificial world’. In this way, Riccardo and Elisa assume responsibility, and demonstrate that they have internalised the profound sense of work, and the respect that the craftsman must have for his surroundings and nature. Proof of their strong belief in and commitment to the ecological transition, the development of renewable energies, the promotion of promiscuous and organic agriculture, fair and rewarding work, and a civil economy capable of developing synergies and collaborations in a framework of honest competition.

“Noi veniamo da una lunga tradizione di qualità, da un umanesimo che ha favorito un equilibrato rapporto fra uomo e natura, produrre in modo responsabile fa parte del nostro patrimonio genetico”.

“We come from a long tradition of quality, from a humanism that has fostered a balanced relationship between man and nature; producing responsibly is part of our genetic heritage”.



Il design è la carta d'identità di un'azienda,
conferisce ai suoi prodotti un'immediata visibilità,
creando interazioni ricche di contenuti estetici
ed affettivi.

Design is a company's identity card, it gives its products
immediate visibility, creating interactions rich in aesthetic
and emotional content.



Il valore estetico

Ad un certo punto della sua storia, Piero Michielan si affidò al designer Matteo Scorsini per rinnovare l'immagine dell'azienda e dei suoi prodotti: sentiva la necessità di trovare una corrispondenza fra la qualità dei suoi gelati e un "vestito" adeguato, non banale, in grado di evitare ogni contaminazione con la pubblicitaria dell'ice cream. È un lavoro creativo che dura da oltre un decennio e che è riuscito a recuperare, con una grafica orientata al "nuovo classico", tutta la cultura del gelato artigianale. Un intervento che ha riguardato tutti i settori della comunicazione, dal packaging alla standistica, dall'advertising all'abbigliamento delle gelaterie, e che proseguirà nel futuro per assicurare al consumatore un'efficace trasposizione visiva del contenuto, anticipandone le peculiarità sensoriali, il carattere della sua unicità.

AESTHETIC VALUE

At a certain point of the company's history, Piero Michielan appointed the designer Matteo Scorsini to renew the image of the business and those of its products: he felt the need to find a link between the quality of his gelato and a suitable 'wrapper' that would not be run-of-the-mill and would be capable of avoiding any contamination with ice-cream advertising. This creative work has been going on for more than a decade and has succeeded in recovering, with graphics oriented towards the 'new classic', the entire culture of artisan gelato. An intervention that has covered all areas of communication, from packaging to stand design, from advertising to gelato shop decor, and that will continue in the future to ensure the consumer an effective visual transposition of the content, anticipating its peculiar sensory qualities, the character of its uniqueness.

Il mappamondo

Il gelato della Premiata Gelateria Michielan oggi è presente in numerosi Paesi di tutto il mondo. Una scelta che l'azienda ha praticato fin dai suoi esordi, via via ampliando la struttura produttiva di matrice artigianale, la rete commerciale e il sistema logistico, con particolare riguardo all'efficienza della catena del freddo. La diffusione di Michielan in Europa corre dai Paesi del Mediterraneo - Spagna e Portogallo in primis - a quelli del Nord Europa, con una diffusa presenza in Danimarca e Inghilterra, fino agli Stati dell'Europa dell'Est. Nel mondo Michielan si è affermato negli Stati Uniti come nel Medio ed Estremo Oriente, radicandosi in India, Tailandia, Giappone. In Cina, la Premiata Gelateria Michielan sta attuando un programma di espansione del "Gelato di Natura" assieme a Mister Lee, titolare di Popland, azienda leader del settore. Un'importante collaborazione che ha consentito la realizzazione a Jiaxing, alle porte di Shanghai, del "Museo del Gelato Italiano": un'opera accolta con grande interesse e partecipazione.

THE GLOBE

The gelato made by Premiata Gelateria Michielan is now available in many countries worldwide. A decision that the company made at the very beginning, gradually expanding its artisanal production structure, sales network, and logistics system, with particular emphasis on the efficiency of the cold chain. The Michielan products in Europe reach a vast area, from the Mediterranean countries - especially Spain and Portugal - to the Northern European countries, with a widespread presence in Denmark and England, to the Eastern European states. Further afield, Michielan has established itself in the United States as well as in the Middle and Far East, taking root in India, Thailand and Japan. In China, Premiata Gelateria Michielan is implementing an expansion programme of 'Gelato di Natura' jointly with Mister Lee, owner of Popland, a leading company in the sector. This important collaboration has led to the creation of the "Italian Gelato Museum" in Jiaxing, on the outskirts of Shanghai: a work that has been welcomed with great interest and participation.

In questa progressiva espansione l'azienda ha affinato il suo know how analizzando le specificità culturali e gastronomiche di ogni Paese, valutandone le preferenze a livello di ingredienti, gusti e proprietà organolettiche.

In this progressive expansion, the company has refined its know-how by analysing the cultural and gastronomic specificities of each country, assessing their preferences in terms of ingredients, tastes, and organoleptic properties.



don
tomorrow

“Il nostro domani nasce
dalle nostre radici, dalle scelte umane
e professionali che di caratterizzano,
dalla volontà di governare il limite.

Ecco, questo è il solco che abbiamo scelto di seguire per affrontare
il futuro: un cammino fatto di progetti di crescita responsabile
e di cose bone e belle, quelle che rallegrano la vita.
Come un buon gelato, ad esempio”.

●
n a n i

“Our tomorrow stems from our roots, from the human and professional choices that
characterise us, from our will to push past our limits. Here, this is the path we have chosen to
follow to face the future: a path consisting of projects that pursue responsible growth, featuring
good and beautiful things, those that make life happier. Like a tasty gelato, for example’.

I25

taste: PISTACCHIO_ pistachio



I26





Premiata Gelateria F.lli Michielan S.r.l.
Via G. Rossa 2, 30037 Scorzè (VE), Italy
t. +39.041.5840955 | f. +39.041.5840931
info@michielan-gelati.it
www.michielan-gelati.it