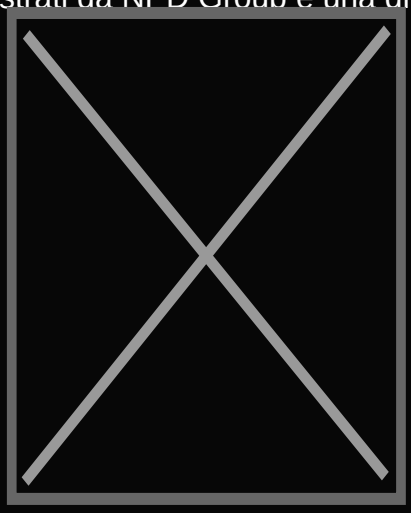
Gelati: c’è aria di primavera

img1327-1790b25a

Dopo avere tenuto durante il picco più forte della crisi, i consumi di gelato ora segnano il passo: tra ottobre 2016 e settembre 2017 le visite associate a prodotti a base di ice cream hanno subìto un calo dell’1,8%, passando dai 640 milioni dell’omologo periodo 2015/2016 agli attuali 629 milioni. Un paradosso? Non proprio, perché quella che emerge dai dati registrati da NPD Group è una dinamica indotta da un preciso contesto di mercato.



[caption id="attachment_137791" align="alignright" width="207"] MATTEO FIGURA[/caption]

«Si deve considerare – spiega Matteo Figura, responsabile Foodservice NPD in Italia – che sui gelati impattano principalmente tre fattori. Il primo è rappresentato dal meteo, che nel caso specifico di quest’ultima stagione non pare però essere stato un elemento penalizzante. L’estate 2017, infatti, tardiva ma piuttosto lunga, si confronta con una estate 2016 più calda ma più breve. In buona sostanza, i due periodi di massima stagionalità del prodotto si equivalgono. Più rilevante è invece il secondo fattore, ovvero la complessiva capacità di traino del canale Ohh sul consumo della categoria. In questo caso, emergono maggiori criticità: dall’inizio dell’anno, infatti, i consumi fuori casa sono tornati a marciare a ritmi più decisi, con un’accelerazione robusta registrata a partire da giugno, tanto che le stime fanno prospettare una chiusura 2017 in crescita di oltre l’1% sia sotto il profilo della spesa

sia in termini di visite. Un quadro positivo, dunque, di cui tuttavia i prodotti a base di ice cream non hanno al momento beneficiato. Percepiti come un bene accessorio, i gelati non sono ancora tornati ai livelli pre-crisi: gli italiani hanno infatti ripreso a mangiare fuori casa preferendo però occasioni di consumo più strutturate e importanti, all'interno della quali sono state avvantaggiate altre categorie di prodotto. Da qui, la flessione di segmenti quali le torte gelato e perfino il gelato confezionato. In controtendenza va soltanto il prodotto artigianale, spinto dalla buona accoglienza presso il pubblico di concetti quali naturalità, filiera corta e capacità di riproporre la tradizione di una volta».

FASE DI CONSOLIDAMENTO



Ma un altro fattore può essere chiamato in causa se si analizzano le ragioni delle performance ancora sotto tono registrate dai gelati. «Negli ultimi mesi – afferma Figura – abbiamo assistito al rallentamento di un fenomeno che ha assicurato una spinta propulsiva davvero importante al settore. Mi riferisco alla proliferazione di locali specializzati nella vendita di ice cream, protagonisti di una vera e propria esplosione riconducibile, con buona probabilità, a una semplice evidenza: rispetto ad altre attività, le gelaterie richiedono investimenti di partenza non particolarmente elevati e non impongono lunghi e complessi percorsi di formazione. Il boom registrato negli anni scorsi ha però prodotto una sostanziale e naturale saturazione degli spazi di mercato. Oggi si registra quindi una fase di consolidamento che non ha mancato di agire negativamente nel confronto sui consumi di gelato messi a segno nelle passate stagioni».

PROSPETTIVE POSITIVE

I fattori che hanno generato la battuta d'arresto registrata nelle visite legate agli ice cream potrebbero insomma avere esaurito la propria forza. «Fatto salvo l'andamento climatico, che non risulta ovviamente prevedibile con anticipo – conclude Figura –, vi sono tutte le condizioni per immaginare

una ripresa delle consumazioni di gelato nel 2018». E di questa ripresa si candida ad essere protagonista assoluto il bar, che resta il canale più forte nelle visite legate agli ice cream.

I serving di gelato (in milioni e var. %) ottobre 2015 - settembre 2016 640 ottobre 2016 - settembre 2017 629 -1,80% Fonte: The NPD Group / Crest Italy

I serving di gelato da passeggio (in milioni e var. %) ottobre 2015 - settembre 2016 526 ottobre 2016 - settembre 2017 527 +0,3% Fonte: The NPD Group / Crest Italy

I serving di gelato per tipologia e canale (in %) Canale commerciale Ice cream shop Service di gelato (in mil.) 629 36 Torte gelato 6,3 3,2 Sundae/Mc Flurry 4,1 Granite/sorbetti 5,8 Gelato confezionato 13 6,8 Gelato artigianale 70,8 88,7 Fonte: The NPD Group / Crest Italy

I serving di gelato per fascia d'età (in %) Ristorazione commerciale Gelato da passeggio Spuntino serale 5,1 12,9 Aperitivo + Cena 24,7 11,1 Snack pomeridiano 12,7 60,9 Pranzo 16,2 6,4 Mattino 41,3 8,6 Fonte: The NPD Group / Crest Italy

I serving di gelato per fascia oraria di consumo (in %) Ristorazione commerciale Gelato da passeggio Over 50 anni 23,1 18,2 35-49 32,5 24,9 25-34 20,8 20,9 18-24 12,2 12,3 13-17 4,6 8,6 0-12 6,8 15,1 Fonte: The NPD Group / Crest Italy

Il gelato artigianale? La regina è l'Italia