Gelati confezionati promossi a pieni voti dalla rete

gelati-intro-a71f1251

È arrivata la stagione in cui in tutti i bar d’Italia la Gazzetta della Sport non potrà più essere letta tenuta aperta sul freezer dei gelati confezionati.

Il dovere spostare per i prossimi sei mesi il quotidiano più venduto in Italia dal suo leggio invernale non intaccherà comunque l’amore degli italiani per il gelato confezionato. Passione che convive con quella per il gelato artigianale e con essa condivide storia e tradizione.

L’italian ice-cream è famoso e rinomato all’estero come prodotto sfuso, siamo gli “inventori” del gelato artigianale grazie ai cuochi di corte fiorentini che nel 1553 lo “idearono” in occasione del matrimonio di Caterina d’ Medici con Enrico II di Francia, ma nella nostra cultura è presente anche il gelato industriale : il primo gelato “su stecco” del mondo venne prodotto in Italia nel 1948 nello stabilimento milanese di Angelo Motta.

Negli anni ‘50 il consumo annuale procapite di gelato confezionato era di 250 gr, negli anni ‘60 il “gelato da passeggio” diventa mainstream insieme a TV, auto, vacanze estive ed il consumo annuo individuale sale a 1,2 Kg; dal ’57 al ‘77 il gelato industriale è uno dei protagonisti indiscussi del Carosello in Primavera ed Estate e il consumo annuo per persona si attesta a 2,5 Kg negli anni ‘70, che diventano 3,5 Kg negli anni ’80 per arrivare fino ai 4 kg attuali.

Di questi 4 kg annuali “a testa” di gelato confezionato ne degustiamo 2,5 kg nei quattro mesi centrali del periodo caldo.

Il consumo di gelato artigianale pro capite/anno è invece pari a 12 kg e vede l’Italia al primo posto nella graduatoria mondiale.

Durante l’estate il 10% degli italiani ricorre al gelato industriale monodose in sostituzione del pranzo veloce feriale, il 50% delle mamme elegge il gelato confezionato a merenda quotidiana per i propri figli

ed il 75% della popolazione dichiara di consumarlo con maggior frequenza rispetto al resto dell'anno.

Il 90% degli italiani di età maggiore di 18 anni afferma di mangiare almeno una volta l'anno un gelato confezionato e il 60% delle mamme sostiene di comprare almeno un gelato industriale la settimana per i propri figli.

Ogni anno sono distribuite nel mercato nazionale oltre 3,5 miliardi di confezioni industriali di gelato : stecchi, coppette, coni, cialde, bon bon, miniature, biscotti, torte, vaschette, molte delle quali vendute attraverso il canale bar, soprattutto da Aprile a Settembre.

Schermata 2014-06-09 a 15.51.09

SFUSO E CONFEZIONATO

Entriamo ora nel dettaglio dei pareri lasciati in rete dai naviganti.

Gli internauti quando parlano di gelato giudicano sia quello sfuso che quello confezionato, pur vivendoli come due prodotti differenti ne parlano spesso contemporaneamente, quindi la nostra analisi dei giudizi lasciati nel web è divenuta un paragone tra il sentiment nei confronti del gelato industriale e quello riguardante il gelato artigianale.

Stando ai moods intercettati nel web domestico il gelato confezionato non è considerato un' alternativa a quello sfuso, tranne che per le vasche dal mezzo kg in su acquistabili nella GDO; chi predilige il gelato industriale gradisce anche quello artigianale e viceversa.

Il gelato, sia sfuso che confezionato, viene consumato dai naviganti per piacere (95% dei pareri intercettati) ed in compagnia (70%).

GUSTO, TIPO E MARCA

Tra le reasons why di scelta del gelato industriale citate dagli internauti spiccano il gusto con l'80%, il tipo di gelato (70%) e la marca (40%).

Il gelato sfuso è assaporato dal popolo del web preferibilmente al tavolino della gelateria o a fine pasto al ristorante (77% dei casi); in controtendenza la recente apertura di catene di gelaterie take away.

I "chatters about" il gelato artigianale imputano allo stesso poca praticità se assaporato passeggiando: si scioglie rapidamente, sgocciola e sporca, la tradizionale cialda non è funzionale e nemmeno la coppetta di cartone (o plastica) col cucchiaino lo è (mentre vedremo che cono e coppa sono tra i packaging preferiti per il gelato industriale).

Il gelato confezionato è consumato, da chi ne scrive nei social, nell'82% dei casi passeggiando ma anche in altre situazioni: al cinema, allo stadio…, persino lavorando o guidando, ma anche al bar stando in piedi al bancone magari prima del caffè, come quando si mangia velocemente un panino .

I naviganti acquistano nella stragrande maggioranza dei casi (circa l'80%) il gelato monodose al bar, al momento del consumo; emblematico il seguente parere intercettato: «perché portare a casa una confezione di gelati in cono, se ne prendo uno dal freezer per gustarmelo fuori casa devo iniziare a mangiarlo già sul pianerottolo, non posso certo metterlo in borsa?!»

gelati 2

Ma poiché il gelato confezionato è vissuto come un prodotto ben definito in quanto a gusti, sapori, consistenza, una sorta di snack, di merendina fresca, esiste comunque una fetta di internauti (circa il 20%) che acquista nelle GDO confezioni multiple di gelati confezionati monodose, da gustare in casa, (sebbene la parte del leone nella GDO la faccia la vaschetta dal mezzo kg in su) .

Abbiamo "toccato" la vera grande differenza di percezione che i consumatori che scrivono nel web hanno del gelato artigianale e del gelato industriale: il gelato sfuso è considerato come una specialità della nostra tradizione, come una prelibatezza, come qualcosa da degustare, mentre il gelato confezionato è una merendina estiva, uno snack estivo, comunque gustoso, rinfrescante, sfizioso.

QUESTIONE D'IMMAGINE

Il gelato artigianale è vissuto dal popolo della rete come una specialità che è differente da gelateria a gelateria e ciò implica anche un rischio, come l'andare a cena in un ristorante sconosciuto (solo recentemente sono comparse catene di gelaterie su scala nazionale), mentre il gelato industriale ha sempre la stessa qualità, lo stesso gusto e sapore ovunque, è una sicurezza.

Parlando di sicurezza in senso più peculiare analizziamo ora i pareri incontrati in rete che connotano plus e minus dei due prodotti.

In primis il gelato gode soprattutto di un' immagine di alimento sano e salutare, "che fa bene" - a prescindere dal contenuto calorico - e tale immagine positiva è decisamente più forte dell'immagine negativa delle merendine. Ci spieghiamo: recentemente abbiamo visto come il popolo del web abbia demonizzato in maniera anche tendenziosa e non corrispondente al vero gli snack e le merendine, effettuando un vero e proprio linciaggio mediatico nei social; ebbene tale immagine negativa non "arriva" al gelato confezionato anche se lo stesso è vissuto come uno snack, una merendina.

Non mancano comunque le critiche, sebbene limitate al 10% scarso dei pareri incontrati, ripartite tra le due tipologie di gelato.

Il gelato artigianale stando ai giudizi on line è ritenuto meno sicuro di quello industriale da un punto di vista igienico (18% dei pareri, “fatto 100” il totale dei pareri negativi), in alcuni casi abbiamo addirittura trovato commenti sul “rischio salmonellosi”; del gelato confezionato si criticano (21% dei pareri negativi) la presenza di conservanti, emulsionanti, addensanti, stabilizzanti o comunque di ingredienti ritenuti a torto o a ragione “meno sani” di quelli del gelato sfuso, quali ad es. oli vegetali, olio di cocco, lecitina di soia, burro di cacao, mono e di gliceridi di acidi grassi, alginato di sodio, farina di semi, latte in polvere, uova in polvere, latte scremato reidratato ecc.

Schermata 2014-06-09 a 15.51.23

Abbiamo trovato in rete pareri contrastanti su “cosa sia meglio” per i bambini: gli ingredienti “sani” del gelato artigianale come alternativa ai “componenti chimici” di quello industriale, oppure la “sicurezza dell’igiene” del gelato confezionato in opposizione alla “mancanza di pulizia del retro di una gelateria e del gelataio”.

PROBLEMA SCADENZE

Una segnalazione a parte riguarda le scadenze che sembrano essere la nota dolente per entrambe le tipologie (40% circa del totale dei pareri negativi espressi in rete): non è possibile per il cliente della gelateria sapere da quanto tempo è stato preparato il gelato artigianale che sta assaporando; analogamente le porzioni singole dei gelati confezionati non recano la scadenza essendo la stessa riportata solo sulla confezione che contiene tutte le mono dosi.

Per quanto riguarda il prezzo il gelato industriale è ritenuto, nei giudizi on line, economico nel 70% dei casi, posizionato correttamente nel 20% dei pareri e solo per un 10% di giudizi intercettati dovrebbe costare meno. Al contrario il gelato artigianale viene considerato “buono ma caro” nell’80% dei casi. Da sottolineare il grande apprezzamento da parte dei consumatori che frequentano i social per le linee di gelato confezionato riservate ai celiaci, senza glutine, senza colesterolo. Ai primi tre posti per gradimento espresso dal popolo del web troviamo le tre principali tipologie di packaging del gelato monodose: al primo posto la cialda, al secondo lo stecco ed al terzo la coppetta, con pochissimo scarto le une dalle altre.

I PIÙ APPASSIONATI

I chatters più entusiasti del gelato industriale si collocano nella fascia 18 – 24 anni, seguiti dalla fascia 25 – 34 anni; appena più innamorate del gelato le donne col 52%, ma possiamo tranquillamente affermare che il gelato confezionato è trasversale anche ai sessi.

LA GEOGRAFIA DEI PARERI

Se poi facciamo riferimento alla distribuzione dei pareri lasciati nel web riguardo il gelato industriale, ecco il quadro: Nord Ovest (30%), Nord Est (27%), quindi Centro (23%) ed infine Sud e Isole (20%). Ricordiamo che il profilo degli internauti si sta sempre più espandendo per fascia di età, sta coinvolgendo anche i ceti bassi e ormai ha raggiunto le zone montane, rurali e costiere. In altre parole il parere degli internauti non è più quello di una fascia socioculturale agiata o quello dei consumatori del domani ma coincide sempre maggiormente con quello della popolazione.

Schermata 2014-06-09 a 15.48.16

CONCLUDENDO

Per il popolo del web il gelato industriale non è vissuto come un' alternativa a quello artigianale, è qualcosa di differente con una propria connotazione precisa, si consuma nelle monodosi come uno snack, soprattutto al bar e all'aperto, comprandolo al momento del consumo, (la maggior parte del gelato confezionato venduto nella GDO è in vaschetta dal mezzo kg in su), ha un'immagine sana, viene acquistato volentieri dalle madri per i propri figli, sebbene venga consumato tutto l'anno il 65% delle vendite è effettuato nei mesi estivi; il mercato del gelato industriale è in continua crescita, i gelati monodose "si vendono da soli", l'unico concorrente che sembra avere il gelato è il clima, l'effetto meteo è l'unica variabile che incide sulle vendite nei mesi caldi.