Gelato, un mondo in evoluzione

gelato-un-mondo-in-evoluzione-01-c3ff0737

Delivery e take away, formazione, nuove modalità di approvvigionamento, produzione ed erogazione del servizio, ricorso al web e alla tecnologia per la comunicazione sono le tendenze che si riscontrano nel mondo del gelato, unite alla costante attenzione alla sicurezza di clienti e dipendenti e alla eco-sostenibilità. Queste sono le strade che un comparto, capace di generare un valore complessivo che ha superato lo scorso anno i 4,2 miliardi di euro (dati Fipe 2019), ha intrapreso per affrontare le imponenti sfide lanciate dal Covid. Un settore che rivela una grande vivacità sia nella sperimentazione e nella ricerca di nuove proposte, sia dal punto di vista imprenditoriale, con formule di business diversificate e soluzioni di successo.

IL SUCCESSO DEL GELATO ARTIGIANALE



Da uno studio Fipe emerge che il gelato artigianale è percepito dal 79% dei consumatori come un prodotto preparato con materie prime fresche ed eccellenti e gli stessi consumatori sono sempre più attenti alla loro provenienza e tracciabilità. Ma non solo. L’attenzione alla propria salute ha influenzato anche le modalità di consumo del gelato. **Roberto Lestani, Presidente delle Federazione Internazionale Pasticceria Gelateria Cioccolateria**, ci ha consegnato una panoramica sulle preferenze al momento della degustazione: “Oggi si predilige il consumo del gelato nella coppetta, servita con un tovagliolo di carta da parte del commesso per evitare di toccare l’involucro esterno. Molte gelaterie si sono attrezzate realizzando coppette o gelati monoporzione già pronti sotto forma di stecchi e per una maggiore igiene sono disponibili coni confezionati singolarmente, così come le cialde che vengono fornite con la vaschetta di gelato da asporto”. La particolare situazione sanitaria non ha spento la voglia di un buon gelato, anzi ha portato a una coscienza maggiore da parte del consumatore che richiede un prodotto tracciabile, sano e

buono e un servizio che rispetti tutte le normative in fatto di igiene e di sicurezza. Le gelaterie si sono dunque attrezzate favorendo le monoporzioni o coppette realizzate con materiali ecosostenibili vista la quantità d'utilizzo e servizi a domicilio o take away, puntando sulla digitalizzazione degli ordini.

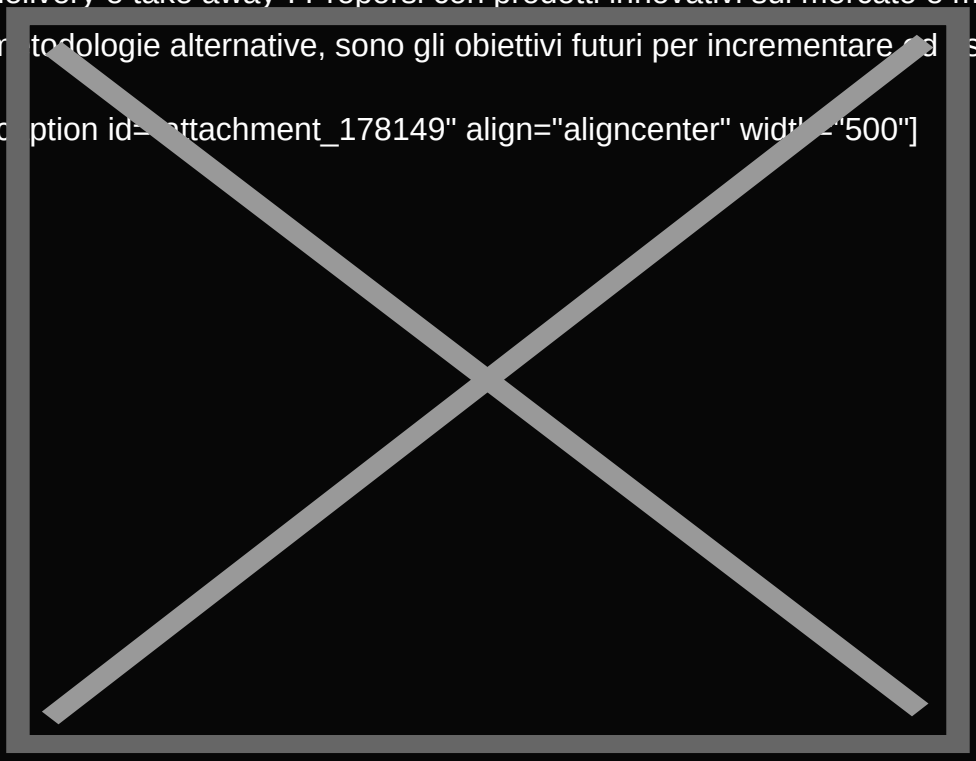
DIETRO LE QUINTE DEL GELATO PERFETTO



Innovazione, formazione, progresso sono le parole chiave che identificano gli obiettivi per l'intero comparto del gelato, un mondo che investe anche nella ricerca delle attrezzature per la produzione del gelato, strumenti indispensabili per garantire risultati eccellenti ed esaltare la qualità degli ingredienti. **Valmar Global**, azienda slovena di alta specializzazione proprio nella messa a punto di macchine per gelateria, con la peculiarità di realizzare mantecatori, ha presentato quest'anno una nuova dosatrice automatica per il gelato. "Il social distancing imposto dall'emergenza – spiega **Martin Gregori, Master Gelato & Pastry Chef, Valmar Global Trainer Manager** – ha cambiato in parte il modo di vendita del gelato. I gelatieri per cause di forza maggiore sono diventati più imprenditoriali, cosi hanno iniziato a proporre nuovi servizi che per molti prima erano impensabili, come delivery e take away. Tutta questa situazione alla fine ha portato a un nuovo modo di vendere il gelato, espandendo i canali di vendita". Delivery e asporto sono diventati servizi di fondamentale importanza rispondendo fin da subito a una grande domanda di prodotti da consumare a casa. A fronte di questa necessità anche la maggior parte delle gelaterie si è organizzata: "Ad oggi i dati parlano chiaro e segnalano un forte incremento delle vendite che sta continuando a crescere. La sfida oggi è continuare a potenziare questa nuova linea di business" ha dichiarato **Bravo SpA**, azienda che produce a livello internazionale macchine professionali per il gelato dotate di avanzati software e tecnologia all'avanguardia. "La nostra visione del futuro può essere descritta con queste tre parole: smart perché ci muoviamo sempre più verso un mondo altamente digitale, tecnologica poiché sarà proprio l'uso della tecnologia a contribuire allo sviluppo del proprio business e aprire nuove opportunità di crescita ed infine non bisogna dimenticare il concetto di iperconnessione che ci permette di accorciare virtualmente le distanze e di connetterci in tempo reale". Fiducia, resilienza e ottimismo sono i cardini su cui si basa **Gelita Sk Sro**, produttrice di macchine multifunzione per pasticceria e gelateria artigianale. Anche per Gelita, il particolare momento ha fatto emergere a livello internazionale un crescente utilizzo dei servizi a domicilio e take away, trend in forte aumento destinato a durare nel tempo per sostenere le attività del comparto fuori casa, gelaterie incluse. "La

necessità derivata dall’emergenza sanitaria è stata quella di convertire la produzione in chiave delivery e take away”. Proporsi con prodotti innovativi sul mercato e migliorare i propri servizi con metodologie alternative, sono gli obiettivi futuri per incrementare ed espandere la propria attività.

[caption id="attachment_178149" align="aligncenter" width="500"]



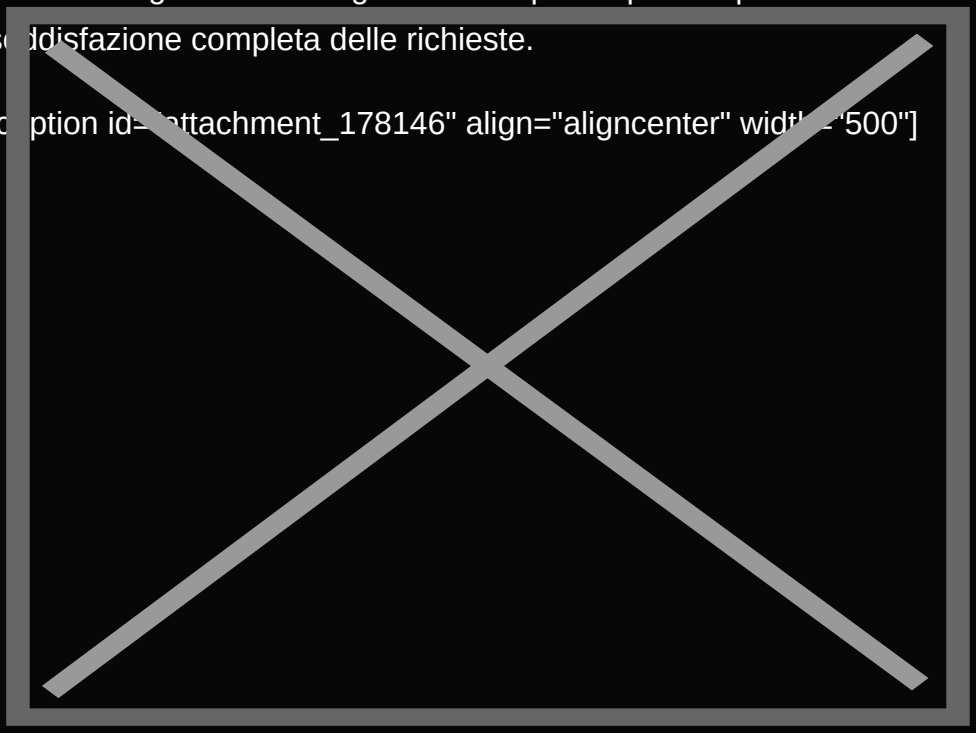
La nuova dosatrice automatica per il gelato di Valmar Global[/caption]

SHOP ONLINE ANCHE PER GLI STRUMENTI DEL MESTIERE

Ormai è un dato di fatto che la parola d’ordine è contaminazione tra settori, al fine di arricchire sempre più la propria offerta come ad esempio pasticcerie con cucina, gelaterie con pasticceria e viceversa, panifici con spazio degustazione. Puntare sulla personalizzazione per distinguere la propria offerta, sulla qualità e sulla la scelta delle materie prime, così come nei processi di produzione o nella formazione professionale si rivelano sempre armi vincenti. Si riconfermano anche le scelte green verso prodotti sempre più ecosostenibili e naturali, ma anche e soprattutto durevoli nel tempo e “senza sprechi”. A illustrare il concetto è **Alessandro Pelliccia, export area manager di Silikomart S.r.l.**, azienda che realizza stampi professionali con forme all’avanguardia per pasticceria e gelateria, che prosegue: “Il delivery e il take away che da indagini e interviste pubblicate recentemente si stima rappresenteranno da un 5% al 30% del fatturato di pasticcerie e gelaterie, portano con sé una modifica organizzativa importante delle attività commerciali. E ancora, l’aumento dell’utilizzo degli strumenti web per comunicare, lavorare e formarsi a distanza; l’attenzione per i prodotti made in Italy e a filiera corta e garantita; la tutela della salute e la sicurezza degli ambienti. Per questo risulta

fondamentale stare al passo con i tempi e puntare, oggi più che mai, sulla formazione e comunicazione a distanza. Silikomart da sempre è attenta alle esigenze e alle tendenze del mercato e non si è fatta trovare impreparata: “Sul fronte commerciale, ad esempio, – continua Alessandro Pelliccia – lo shop on line sta lavorando a pieno ritmo, mentre su quello della comunicazione l’attività digital di hangar78, la Scuola di Alta Formazione Creativa di Silikomart, si è intensificata con dirette Instagram, contest e la condivisione dei video dei grandi nomi della pasticceria, che si raccontano in ‘The hangar78 Stories’. Made in Italy, filiera corta e garantita, infine, sono da sempre i nostri punti di forza”. Grazie ai suoi processi integrati e le produzioni in Italia, Silikomart è stata in grado di mantenere gli stock di magazzino sempre disponibili per le vendite online, garantendo la soddisfazione completa delle richieste.

[caption id="attachment_178146" align="aligncenter" width="500"]

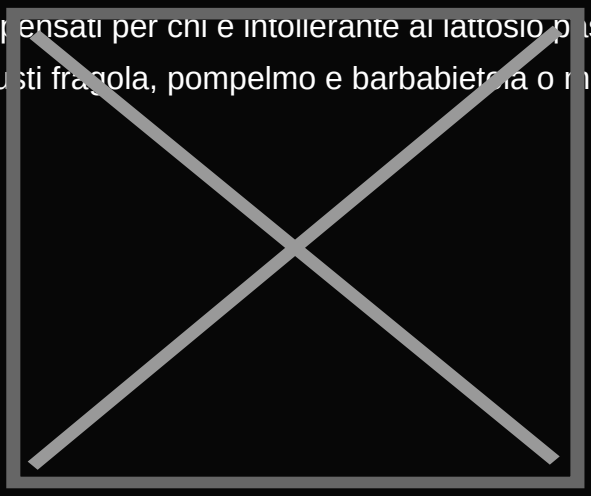


Stecchi gelato realizzati con gli stampi Silikomart Professional[/caption]

PER TUTTI I GUSTI: DAL VARIEGATO AL LACTOSE FREE, FINO AL “TORMENTONE”

Accanto ai grandi classici, si affiancano ogni anno new entry, gusti destinati a consolidarsi nel corso nel tempo o in alcuni casi a “sciogliersi” nel giro di una stagione. Creati per chi desidera provare qualcosa di nuovo o un accostamento azzardato, riscuotono sempre molta curiosità e non passano di certo inosservati. A illustrarci alcune delle prossime tendenze in fatto di gelato è **PreGel SpA**, azienda specializzata in prodotti e semilavorati per gelateria: “Quest’anno abbiamo focalizzato le nostre energie su linee di prodotto pensate per un gelato buono e leggero, adatto anche ai consumatori

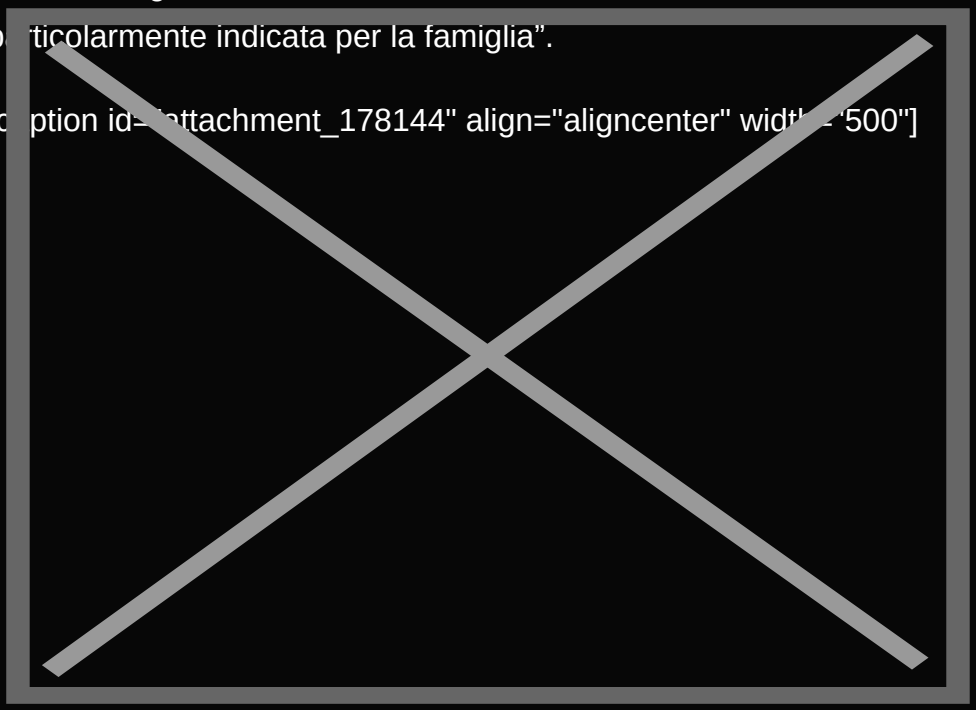
intolleranti. Dai prodotti pensati per chi è intollerante al lattosio passiamo ai gelati funzionali per un gelato ricco di fibre ai gusti fragola, pompelmo e barbabietola o mango, curcuma e ananas,



arrotondato dal sapore delicato del riso". Tra le novità

anche una gamma completa di prodotti per applicazioni di pasticceria e gelateria dal gusto pieno e intenso di uva, ideale per realizzare gelati artigianali, gelati soft e granite. "Ma il vero tormentone dell'estate – sottolinea l'azienda – sarà il **gusto Trolls, ricetta ispirata al film Trolls World Tour** composta da uno sprint, scagliette cristalline decorative e zuccherini a tema. Il sapore delicato di panna e fragola, con aromi naturali, fibre, coloranti naturali ed estratti vegetali rendono questa ricetta particolarmente indicata per la famiglia".

[caption id="attachment_178144" align="aligncenter" width="500"]



I gelati funzionali abbinano

gusti insoliti[/caption]

LA PAROLA AI PROFESSIONISTI DELLA FEDERAZIONE INTERNAZIONALE PASTICCERIA GELATERIA CIOCCOLATERIA



Campione del Mondo di Pasticceria, Campione Olimpico di Cioccolateria,

Cavaliere al Merito della Repubblica Italiana e Presidente di FIPGC, **Roberto Lestani** ci consegna uno scenario del mondo della gelateria con un occhio attento al futuro, indagando le tendenze non solo in fatto di gusti ma di cambiamento: “Nel settore gelateria e pasticceria, a livello di gusti si confermano i grandi classici quali nocciola, cioccolato, fragola… Ovviamente ogni artigiano crea poi gusti di grande successo e che già da qualche anno vanno di moda, come i gelati composti da parti “crunch”. Oggi più che mai gli artigiani tendono a focalizzarsi non tanto sulla creazione di gusti nuovi come in passato, ma su una migliore organizzazione della produzione, del lavoro e della vendita. Sinergia, condivisione, spirito di gruppo sono i tre principi che hanno da sempre contraddistinto il modo di operare della Federazione”. Ed è infatti in un momento così particolare che occorre modificare le formule di vendita: “Il settore è ancora in cambiamento e c’è molta incertezza sul futuro – afferma Roberto Lestani. La nuova sfida è quella di far sopravvivere le aziende artigiane creando nuove opportunità come la vendita on line (esistente già da qualche anno) e sapersi proporre verso il consumatore finale in modo più adeguato: il pasticcere deve essere in negozio, con una divisa che lo rappresenta, deve parlare ed informare il cliente sui prodotti che vende. Oggi più che mai serve una figura professionale”.

Da Nord a Sud saperi e sapori della gelateria italiana

Gelato: le novità dal Giappone