Caffè & gelato: numeri e nuovi trend per il 2021

coffee-4648041-640-28c32adc

Sostenuti anche grazie al delivery sono due prodotti ai quali i consumatori si sono rivolti nel 2020 con costanza. E proprio questa carica emozionale li rende adatti ad affrontare le nuove sfide.

CAFFÈ&GELATO UNITI DA 5 TREND

? FREE FROM (LATTE)
Richieste non più solo più ragioni mediche (intolleranze), le opzioni senza latte vaccino sono considerate più salutari o più etiche (diete vegane). Il latte è sostituito da bevande a base cocco, avena o mandorla, nei gusti di gelato classici o innovativi e in cappuccini, “latte” e flat white. L'alimentazione sana sarà la nuova normalità.

? AH LA BARRIQUE!
All’interno del trend dei gusti sofisticati una “sottonicchia” in crescita mutua le lavorazioni dal vino. I caffè più costosi (o pregiati, secondo i punti di vista) fermentano in barrique dove un tempo riposavano vini francesi o whisky. Mentre il Gelato Stagionato di Ciacco incorpora le muffe nobili dei vini e della formaggeria.

? LOVE IS IN THE AIR
Dopo l’acqua, anche l’aria diventa ingrediente. Sulla scia del prodotto simbolo del 2020, il Caffè montato (un caffè “sbattuto” con aria popolarizzato da TikTok), si prevedono nel 2021 gelati leggerissimi, grazie all’aria iniettata o montata. La consistenza conta, e anche l’occhio come è ormai uso, vuole la sua parte.

? GREEN & SOLIDALI
Dal packaging eco alle indicazioni sui metodi di coltivazione e il trattamento dei lavoratori, tutto deve essere sostenibile, etico, trasparente. Sul fronte ecologico e sociale. Mintel nel 2021 vede “nuove definizioni di fiducia, qualità ed essenzialità, con il bisogno di sentirsi unici e speciali ma anche di far parte di comunità di individui che la pensano allo stesso modo”. Ci si rivolge alle imprese che

condividono i nostri stessi ideali, e che fanno del bene alla comunità. Come le aziende afroamericane legate a #BlackLivesMatter. O le tante iniziative di solidarietà nostrane come “Cucine solidali” dei ristoratori torinesi.

?LIMITED EDITION ANCHE NEL FOOD

La tecnica di marketing che ha permesso ai marchi della moda di entrare nel cuore (e nelle tasche) della GenZ arriva anche nel food. Edizioni limitate sono i microlotti del caffè, tutti da raccontare. Il gelato punta invece su gusti, colori o accostamenti audaci disponibili per un periodo limitato di tempo. L’importante è innovare costantemente (o fare in modo di far credere che ci sia una novità imperdibile).

I NUMERI DEL MERCATO

GELATO

? incremento degli ordini online 2020 vs 2019: +113%
? gelaterie che hanno praticato il delivery 2020 vs 2019: +60% (Deliveroo)
? consumo procapite di gelato area EMEA: circa 4,6 kg (Global data)
? crescita attesa 2018 – 2021: +2,1% CAGR (Euromonitor)

CAFFÈ

? produzione globale di caffè nel 2019/20: 169,34 milioni di sacchi, –2,2% su 2018/19 (ICO)
? caffè importato in Europa nel 2019: 3 milioni di tonnellate, +14% sul 2009, per 7,5 miliardi di euro (Eurostat)
? caffè prodotto in Europa nel 2019: 1,8 milioni di tonnellate, 4,1 Kg per abitante, +3% sul 2009 per 10 miliardi di euro (Eurostat)
? maggiori produttori: Germania (572.000 tonnellate, 31% della produzione totale Ue), Italia (508.000 tonnellate, 28%), Spagna (143.000 tonnellate, 8%), Paesi Bassi (136.000 tonnellate, 7%), Francia (133.000 tonnellate, 7%) e Svezia (91.000 tonnellate, 5%) (Eurostat)

FUORI CASA

? stima mercato fuori casa 2021: +31,5 visite, +36,2% spesa (NPD)
? fatturato fuori casa 2020: 53,7 miliardi, previsione 2021: da 65,4 a 74 miliardi di euro (TradeLab)

Caffè & gelato, i “gemelli diversi” pronti per il 2021