Ripartire dal gelato: business ‘caldo’ tutto l’anno

ripartiamo-dal-gelato-01-98e55585

Era metà febbraio quando Fipe, la Federazione Italiana Pubblici Esercizi, presentava la guida al business de “La Gelateria”. Oggi, sembra passata un’eternità da quell’incontro. Eppure si tratta semplicemente di 2 mesi fa, quando nessuno poteva immaginare che da lì a poco sarebbe scoppiata la pandemia di Coronavirus che ha comportato la chiusura al pubblico di tutti i punti vendita horeca (e, più in generale, di tutte le attività non essenziali) confinando in casa tutta la popolazione con un termine che ormai abbiamo imparato a conoscere: ‘lockdown’. Da qui, l’esigenza di studiare nuovi business per il ‘dopo quarantena’ che vede uno scenario di apertura dei pdv che dovranno mantenere, e cercare di far rispettare, quello che in gergo medico/scientifico è stato chiamato distanziamento sociale. Allora, ecco che ci torna utile ‘ripescare’ la guida di Fipe sul mondo del gelato. In un comparto in forte espansione, dati alla mano, è emerso che ormai le gelaterie artigianali navigano in ottime acque, sono aperte tutto l’anno e fanno affari d’oro. Per chi volesse investire in questo settore, pensando a questo come un momento di preparazione a un nuovo mercato, le attuali indicazioni operative esistono e sono una buona occasione per chi avesse intenzione di pensare a un riposizionamento, o è alla ricerca di occasioni di innovazione commerciale o di diversificazione nel settore del food. Del resto, ci viene incontro anche l’imminente stagione più calda che favorisce ancor più questo business.

IL CONO DELL’INDIPENDENZA



Mantenere le distanze di sicurezza imposte dal Ministero si traduce in alcune immediate possibilità di business che vanno dallo street food all’asporto. E il gelato ben si presta a

questa modalità di fruizione con il vantaggio che oggi è un prodotto che copre le quattro stagioni e, analizzando la casistica AC (Ante Coronavirus), si nota che 4 gelaterie artigianali su 10 ormai non chiudono più durante l'inverno. Segno che vi sono numerose opportunità per tutti gli imprenditori interessati al business. Durante lo scorso appuntamento con SIGEP, Achille Sassoli de Bianchi della Carpigiani è stato addirittura preveggente. Diverse settimane prima della diffusione del Covid-19 aveva detto: "L'home delivery del gelato diventerà una delle voci più importanti nel settore della ristorazione". Illuminante.

IL DESIDERIO DI SPERIMENTARE



Mangiare in piedi rappresenterà la prima grande rivoluzione per il prossimo futuro delle attività di ristorazione. Un cambiamento che comporterà una modifica radicale anche nella tipologia di prodotti da offrire. Pausa pranzo e aperitivo cambieranno faccia, saranno più veloci e seguiranno rigorosamente i protocolli del distanziamento sociale. Così, il gelato avrà sempre più spazi da occupare. E quando la vita delle città tornerà alla sua normalità nel DC (Dopo Coronavirus), sarà ancora più frenetica, i pasti ridotti a spuntini che avranno in comune la celerità della somministrazione. La ristorazione post Coronavirus deve guardare quindi alle gelaterie non come concorrenza, ma come integrazione e condivisione di idee. Bisognerà pensare a una eventuale collaborazione o, addirittura, a una sovrapposizione dei due comparti. Mentre è appurato che il gelato artigianale ha surclassato quello industriale, si evince che dal mondo della gelateria i ristoranti dovrebbero guardare bene ai numeri. Roberto Leardini di Leagel spiega che oggigiorno nel mondo ci sono "gelaterie che fatturano badilate di euro". E le 40mila gelaterie italiane possono dare un segnale forte anche sull'uso degli ingredienti: "che eviterei di chiamare semi lavorati. Noi produciamo i prodotti in base alla richiesta dei clienti". Il mercato cambia, va velocissimo e si arma per i prossimi roventi e decisivi mesi: "Vent'anni fa bastava solo fare un buon prodotto e si era capaci di avere successo, ora questa pratica non basta più", sintetizza Massimiliano Zucchi de La Romana, gelaterie in franchising. Quindi bisogna ottimizzare il proprio lavoro. "Limitarsi a fare solo il gelatiere e non anche l'imprenditore è impossibile – puntualizza Vincenzo Pennestrí, Presidente di Fipe Reggio Calabria e titolare della Gelateria Sottozero – La gelateria del futuro la immagino come un pdv che può diventare altro, ma anche viceversa. Un ristorante può trasformarsi, in alcune ore della giornata, in gelateria".

GELATO DA ASPORTO



Anche il delivery assume un ruolo centrale nel contesto attuale che stiamo vivendo. Dobbiamo cominciare a organizzarci perché l’asporto sarà centrale nei prossimi mesi. Una organizzazione che ci permetterà anche nei mesi invernali (auguriamoci senza pandemia) di beneficiare di quanto avremo messo in piedi oggi. “Dovremo andare incontro alle esigenze della clientela e organizzarci – sostiene Paolo Brunelli dell’omonima gelateria di Senigallia – Attraverso i ristoranti potremo fare conoscere prodotti che prima non godevano di popolarità”. Il dato più importante da cui partire è che il gelato artigianale ‘vive’ 365 giorni l’anno. Le stagioni non impongono più il trend ma diventano un lasso di tempo per cogliere la migliore frutta e verdura da immettere nel processo di trasformazione, produzione e vendita. Senza scordare il benessere, la salute. Di norma, un gelato artigianale ha più calorie di un gelato confezionato ma risulta senza dubbio più sano, gustoso e genuino. Mangiarne uno a pranzo può tranquillamente sostituire il pasto. “Quello del gelato è un settore estremamente vivace e versatile, nel quale la qualità e la varietà, non solo del prodotto ma anche dell’imprenditoria, è sempre più portata al successo – precisa il Presidente FIPE Lino Enrico Stoppani – Il mercato è in espansione e il prodotto si presta a essere sempre più apprezzato. In contesti come quello che viviamo si può entrare in questo settore sviluppando un modello di business credibile, impegnandosi a innovare”.

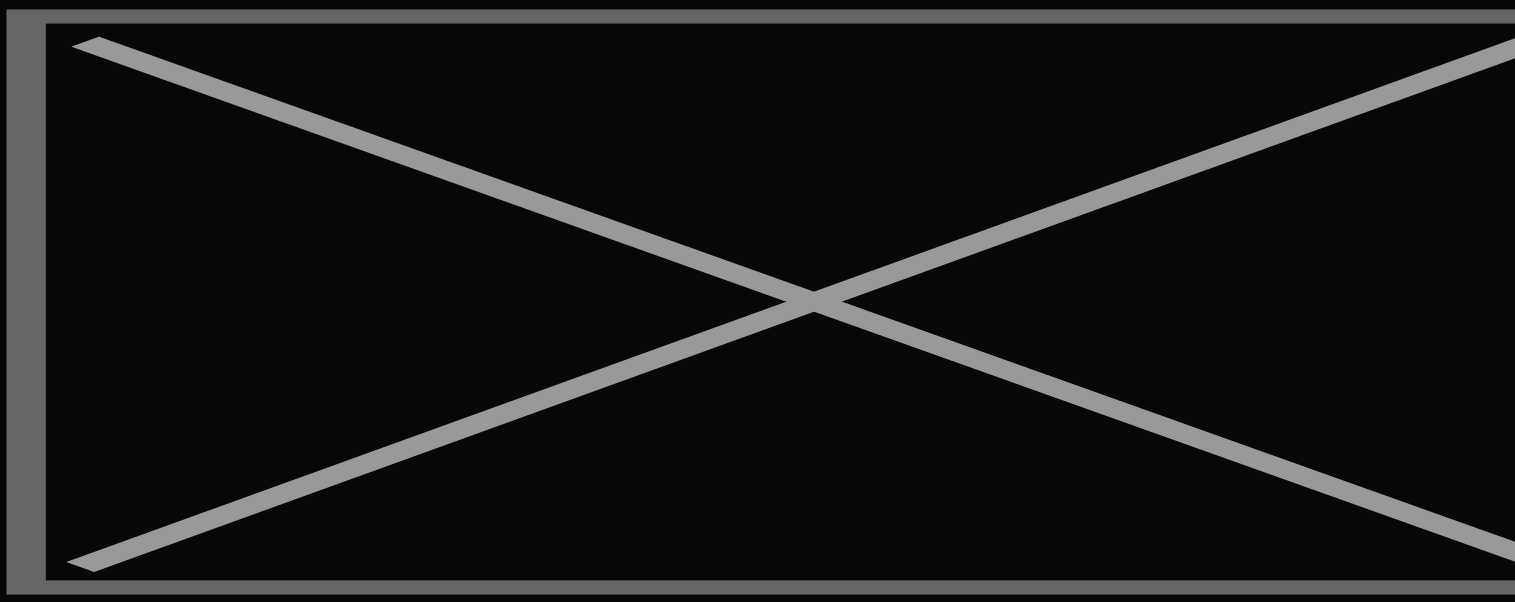
DENTRO IL LIBRO PRESENTATO A SIGEP



Ma entriamo nel vivo de “La Gelateria”, la guida redatta da Fipe. 250 pagine, suddivise in 9 capitoli, ricca di consigli e idee per avviare una gelateria di successo o trasformare il proprio pdv inserendo il gelato tra le voci dell’offerta. Partiamo dal presupposto che i dati hanno evidenziato che gli italiani amano il gelato artigianale: lo considerano una specie di versione elevata di un pasto. Lo consumano presso rivendite di fiducia e sono disposti a fare anche chilometri per non

perdersi il gusto preferito. Sinonimo di qualità e freschezza grazie alle materie prime, il gelato artigianale impera e diventa sempre più protagonista. “La genialità di questi imprenditori che mettono tutte le responsabilità in un’unica figura, sono straordinarie – dice Achille Sassoli de Bianchi, della Carpigiani – Così, anche i ristoratori possono sfruttare un comparto eclettico come quello della gelateria artigianale. Come? Sfruttando ogni punto forte, partendo dal fatto che a tutti piace il gelato e che le tecniche per produrlo e somministrarlo sono chiare, comprensibili a chiunque, anche per i neofiti del comparto. Nasciamo e moriamo mangiando gelato. Ma dobbiamo vincere nuove sfide, in giro per il mondo. La 20esima apertura della Gelato University in Cile ad esempio”. I ristoratori possono inserire il “modello gelato” nel proprio business, e nel proprio pdv, per ampliare l’offerta. Non solo: i settori si devono unire e fortificare, oggi.

[caption id="attachment_176904" align="aligncenter" width="839"]



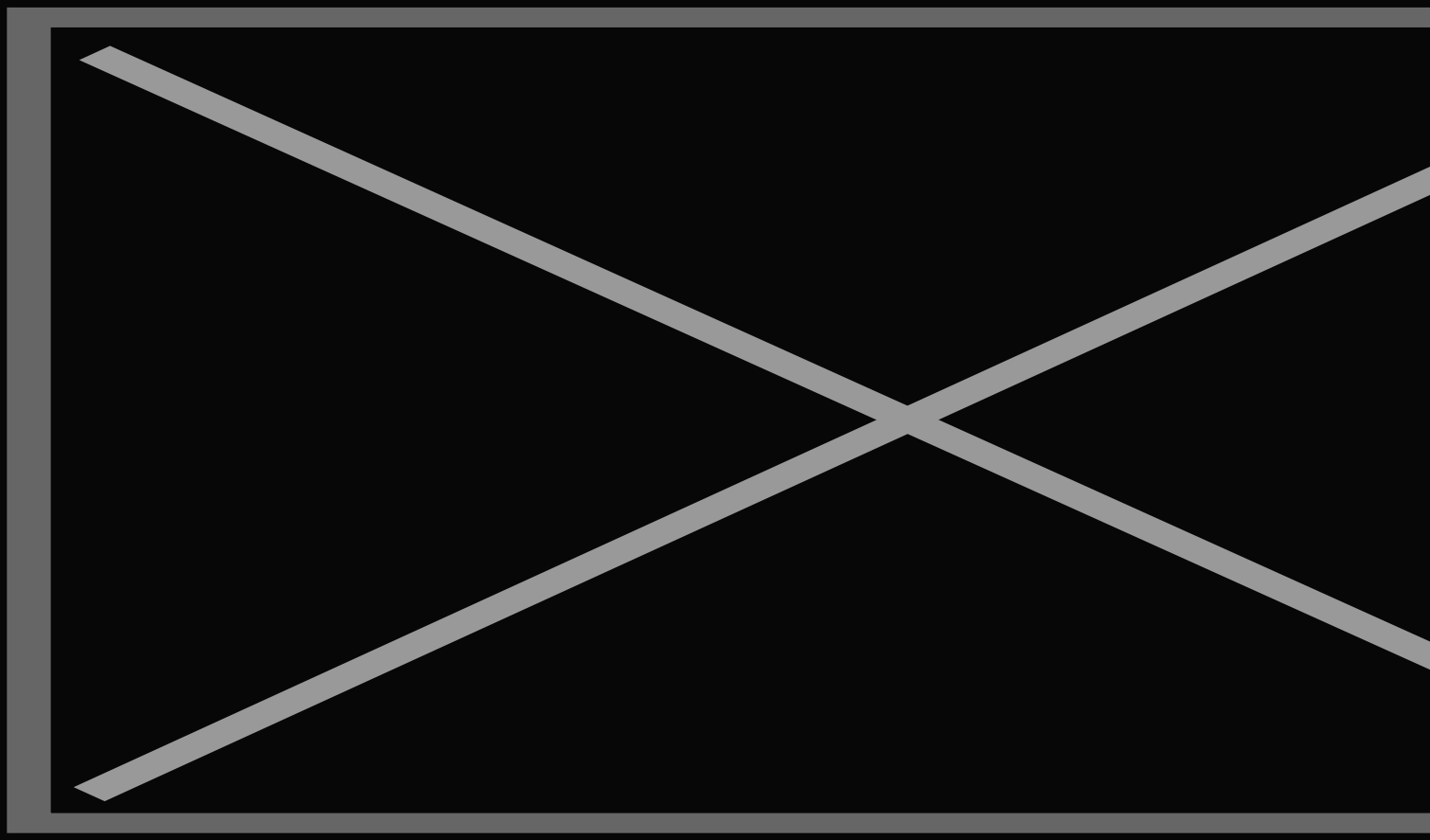
Alcuni momenti alla fiera Sigep di Rimini[/caption]

ICE CREAM PAIRING: CONTRASTI A BASE DI GELATO

Per gli appassionati, nel quartiere Centocelle di Roma, tre maestri come Geppy Sferra, Alessio Schioppa e Marco Mezzaroma, hanno dato vita a un progetto la cui gestazione è durata un quinquennio: il gelato gourmet. Da ‘Geppy Sferra Gelato d’Essai’ si possono gustare ricette che vedono il gelato finire proprio nel piatto: Gelato e Orto, Gelato e Fattoria, Gelato e Mare. Poi vi sono le proposte di Roberto Leoni, che con la sua omonima gelateria ubicata a Cesena, serve prelibatezze come il Pesto di Pistacchio al Sale di Cervia. Molti non sanno che il gelato gastronomico affonda le proprie radici nell’800, ma negli ultimi anni si è evoluto e da trend è diventato attualità, miscelando dolce a salato, caldo a freddo. Si lavora sul contrasto. Il gelato come comune ingrediente: personalizzato, adattato ai menù, rispettando le dovute porzioni. E che mette fianco a fianco gelaterie

a chef puntando su equilibrio e commistioni.

[caption id="attachment_176903" align="aligncenter" width="988"]



da sinistra: Geppy Sferra e lo staff di Gelato d’essai; Gelato al pistacchio di bronte in pairing con focaccia e mortadella[/caption]

I VALORI NUTRIZIONALI

Un gelato alla crema contiene circa 200 calorie per 100 grammi ed è composto principalmente da zuccheri, proteine e grassi (il latte ha ovviamente più grassi rispetto a quello vegetale o alla frutta, tuttavia è fonte di calcio e fosforo e ha anche una maggiore percentuale di proteine); uno alla frutta apporta invece circa 130 calorie. Si possono produrre tranquillamente anche all’interno di un’area di un ristorante.

ULTIMA ORA. È GELATO MANIA DELIVERY



Deliveroo ha monitorato gli ordini di gelato da inizio lockdown a oggi registrando un incremento nel numero di ordini di circa il 60%. Tra le città più amanti del gelato a domicilio Milano e Rome su tutte, davanti a Firenze, Cagliari e Bergamo. In termini di gusti le creme battono la frutta: nocciola e pistacchio i preferiti a livello nazionale. A Milano passione stracciatella mentre a Roma gettonato lo zabaione. Complice le temperature alte, la belle giornate della stagione da poco iniziata e la voglia di qualcosa in grado di tirare su il morale anche rimanendo in casa, il gelato è uno dei principali trend di consumo a domicilio durante il lockdown. A rilevarlo è Deliveroo, la piattaforma leader dell'online food delivery, che ha monitorando gli ordini sulla sua piattaforma nell'ultimo mese registrando un incremento del 58% negli ordini di gelato, incremento che sale oltre al 100% se comparato rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

A TUTTA SALUTE

– Riduce lo stress e migliora la qualità del sonno
– Fa bene all'umore
– Stimola la produzione di serotonina
– Allevia il mal di gola, la tosse e l'intolleranza al freddo
– Non fa male alla linea
– Ha proprietà antiossidanti

I GUSTI PIÙ AMATI

– cioccolato
– fragola
– nocciola
– limone
– pistacchio
– fiordilatte
– stracciatella
– amarena
– alternativi e regionali

I DATI DI UN BUSINESS

– il comparto occupa in maniera diretta oltre 74mila persone

– genera un fatturato complessivo di 4,2 miliardi di euro

– il business affonda le proprie radici nell'Italia del sud: qui c'è il 43% delle 39mila gelaterie sparse per il Paese.

– l'80% degli italiani se lo concedono nel pomeriggio

– un italiano su quattro sceglie il gelato come alternativa al pranzo (22,3%) o alla cena (24,9%)

– il 90% preferisce quello artigianale all'industriale

– il passaparola stravince (89,9%) su TripAdvisor o Google

NUOVE STRATEGIE

– ripensare i propri business

– predisporre corner

– valorizzare vetrine ed espositori

– personalizzare materiale per asporto (vaschette e coppette)

– rivedere la brand identity

SITI UTILI

- **www.migliaccionutrizione.it/diete/dieta-settimanale-per-golosi-di-gelato/**
- **www.fipe.it/media-pubblicazioni/pubblicazioni-ed-editoriali/item/6778-la-gelateria.html**
- **https://gelatodessai.it/ristorante-di-gelato/**