

<http://www.conipiediperterra.com/gelato-in-america-piace-quello-italiano-alaska-prima-per-consumi-0530.html>

Edizione di: Martedì, 30 maggio 2017 ore 15:16

**con i Piedi per Terra**  
Agricoltura, alimentazione e ambiente

**FEDER UNACOMA**  
Federazione Nazionale Costruttori Macchine per l'Agricoltura

Home News Agriturismo Agricoltura Politiche agricole Alimentazione Ambiente Appuntamenti Fiere Lettere in redazione Video attualità Expo News Puntate settimanali

Home » Primo Piano » Gelato: in America piace quello italiano. Alaska prima per consumi

## Gelato: in America piace quello italiano. Alaska prima per consumi

martedì, 30 maggio 2017, 10:40

Primo Piano Commenta

L'alimentare, tra food, beverage e prodotti per animali, traina la crescita nella grande distribuzione con un +3,4% del fatturato prodotto tra gennaio-aprile 2017 rispetto allo stesso periodo del 2016. I dati sono stati presentati in occasione dell'appuntamento annuale di Nielsen che mette a fuoco i trend del largo consumo.

Per macro categorie Nielsen segnala: frutta e verdura +9,6%, freddo +5,8% (gelati +2%, surgelati +6,4%), pane/pasticceria/pasta +5,7%, pet food +3,8%. Gli italiani non rinunciano però a prodotti che offrono esperienze di gusto superiori, o un elevato contenuto di servizio: zuppe pronte fresche +33%, piatti pronti freschi (sushi) +25%, caffè in capsule +20%. Cresce il fatturato degli acquisti online: +45% dal 2015 al 2016, pari a 622 milioni di euro con un'incidenza dell'1,1% sul fatturato complessivo del largo consumo.



**AGRICOLTORI ITALIANI**  
DIAMO VALORE ALLA TERRA  
EMILIA ROMAGNA

agripresa

Video in primo piano

L'alimentare, tra food, beverage e prodotti per animali, traina la crescita nella grande distribuzione con un +3,4% del fatturato prodotto tra gennaio-aprile 2017 rispetto allo stesso periodo del 2016. I dati sono stati presentati in occasione dell'appuntamento annuale di Nielsen che mette a fuoco i trend del largo consumo.

Per macro categorie Nielsen segnala: frutta e verdura +9,6%, freddo +5,8% (gelati +2%, surgelati +6,4%), pane/pasticceria/pasta +5,7%, pet food +3,8%. Gli italiani non rinunciano però a prodotti che offrono esperienze di gusto superiori, o un elevato contenuto di servizio: zuppe pronte fresche +33%, piatti pronti freschi (sushi) +25%, caffè in capsule +20%. Cresce il fatturato degli acquisti online: +45% dal 2015 al 2016, pari a 622 milioni di euro con un'incidenza dell'1,1% sul fatturato complessivo del largo consumo.

Analizzando in particolare il trend del consumo del gelato – e di ice-cream – in giro per il mondo, emerge un dato su tutti: il gelato è indipendente dalla stagionalità e non influenzato dalle condizioni climatiche. Stando ai numeri, il consumo di gelato durante i mesi estivi è tipico dei Paesi dell'Europa del Sud. “Mentre in Italia il 70% del gelato viene consumato d'estate e il restante 30% nelle altre stagioni, negli Stati Uniti il 65% del gelato e dell'ice-cream si mangiano in stagioni diverse dall'estate”, spiega Stefano Versace, fondatore di STEFANO VERSACE – Gelateria Italiana & Gourmet, catena di gelaterie con una ventina di punti vendita aperti ed in apertura nel 2017 in cinque Stati USA, da Miami a Philadelphia.

Approfondendo poi il consumo pro capite mondiale, la classifica di BUSINESS INSIDER vede al primo posto la Nuova Zelanda, con 28,4 litri per all'anno pro capite, seguono gli USA con 20,8, l'Australia 18, la Finlandia 14,2 la Svezia 12, il Canada 10,6, la Danimarca 9,9, l'Irlanda 9,4, l'Italia 8 e il Regno Unito con 7. Ancora più curioso è il dato che vede, fra gli stati americani, il primato dell'Alaska, dove la temperatura media non supera i 19 gradi. Il Texas invece, dove il clima è decisamente più caldo è solo al decimo posto. “In Italia si pensa che il gelato sia un prodotto tipicamente estivo perché rinfresca quando in realtà è di facile consumo anche in inverno: si

scioglie meno, non c'è tanta differenza di temperatura tra ambiente e gelato. Lo stesso accade col consumo di cioccolata: in Italia se ne fa un consumo invernale, ma i paesi del Caribe (con 12 mesi estivi all'anno) consumano cioccolata tutto l'anno", chiarisce Versace, che ha aperto la prima gelateria della catena al Miami International Mall nel 2013.

Ciò che è evidente è che il gelato italiano negli USA funziona: "Le persone viaggiano e hanno la possibilità di provare diversi tipi di cucine internazionali. Quando tornano vanno alla ricerca di quel piacere che hanno sperimentato altrove, desiderano ripetere l'esperienza. Il gelato, per varietà dell'offerta nei gusti, equilibrio dei fattori nutrizionali e 'fascino esotico' è un mix perfetto che molti americani si concedono sempre più volentieri, anche per respirare la tipica atmosfera di una gelateria italiana", aggiunge Versace.

Ciò che risulta evidente oggi è che il gelato stia letteralmente spodestando il 'cugino' ice-cream in America: dai dati emerge infatti che il consumo di gelato è quasi raddoppiato ogni anno dal 2009 e il 2014, per un totale di 214 milioni di dollari di prodotto venduto nel solo 2014. Il mercato americano è il più grande al mondo per consumo di gelato artigianale e ice-cream. È importante sottolineare come, sebbene il gelato sia il segmento più piccolo del mercato dei dessert, è anche quello con crescita più veloce rispetto all'ice-cream (214 milioni di dollari di gelato venduti nel 2014, contro i 6 miliardi dell'ice-cream). "La differenza tra gelato e ice-cream è fondamentale e non tutti la conoscono: l'ice-cream è composto, infatti, fra le altre cose, da coloranti artificiali, aromi artificiali e conservanti. Il gelato ha ingredienti naturali al 100% e un gusto diverso anche grazie alla differenza di temperatura (- 20 per l'ice-cream, -12 per il gelato). Altra grande differenza è la quantità di grasso (fino al 30% nell'ice-cream, solo il 7% nel gelato) e l'overrun, cioè l'aria incorporata nel prodotto (50% nell'ice-cream, solo il 10% nel gelato)".

Ma la scelta di sbarcare negli Stati Uniti con un prodotto così tipicamente italiano non è certo stata casuale. È lo stesso Versace a spiegarla: "La decisione di avviare la mia attività imprenditoriale negli USA è stata la conseguenza di diversi fattori: i numeri, la facilità di fare impresa e la possibilità di garantire un futuro di un certo tipo ai miei figli".

La filosofia delle gelaterie Versace è quella di far conoscere al pubblico americano il vero gelato artigianale italiano, offrendo il miglior prodotto in termini di genuinità e freschezza, rispettando la tradizione italiana che ci ha resi famosi nel mondo. La frutta utilizzata per il sorbetto, per esempio, è rigorosamente fresca e ogni gelato e sorbetto viene prodotto nei laboratori Versace da gelatieri professionisti ogni mattina. La presenza di gelaterie prevalentemente in centri commerciali negli States fa sì che si registri un forte picco di vendite proprio nel mese di dicembre, in corrispondenza delle festività natalizie.