

Eccellenze. La filiera artigianale conferma la leadership a livello globale con un fatturato complessivo da 4,5 miliardi

Il gelato italiano vince nel mondo

Aumenta la domanda dai Paesi esteri - In crescita gli investimenti per i macchinari

Natascia Ronchetti

■ Eccellenza del made in Italy, la filiera del gelato artigianale riconferma la propria leadership a livello globale. Con un fatturato complessivo che sfiora i 4,5 miliardi di euro, a fronte di un valore del mercato mondiale stimato intorno ai 15 miliardi, mostra tutta la forza di un settore che non conosce crisi, e che continua ad espandersi.

Un'antica tradizione e gli investimenti continui in formazione, innovazione e alta specializzazione dell'industria dei macchinari e degli arredi e delle aziende che operano nel campo degli ingredienti e semilavorati, spingono all'estero una domanda in crescita che appare in grande fermento soprattutto negli Usa e nei Paesi del Far East. Negli Stati Uniti, in particolare, sta prendendo piede soprattutto sulla East Coast una cultura del gelato artigianale che ha portato in breve tempo all'apertura di oltre 950 gelaterie. Numeri ancora piccoli se confrontati con quelli italiani: nel nostro Paese si contano ormai 39mila gelaterie, delle quali 10mila pure e 29mila costituite da bar e pasticcerie con offerta anche di gelato. Ma in costante aumento, grazie soprattutto alla scoperta della salubrità di un alimento fresco con caratteristiche nutrizionali maggiormente dietetiche rispetto all'ice-cream.

L'ESEMPIO STATI UNITI

Sulla East Coast degli Usa la diffusione della cultura del gelato artigianale ha portato in breve all'apertura di oltre 950 punti vendita

IL MACROSETTORE

L'industria dei semilavorati e degli ingredienti registra 600 milioni di fatturato, la quota delle esportazioni è pari al 65% circa

Ormai sdoganato da un consumo circoscritto alla sola stagione estiva, il gelato artigianale italiano mette a segno una crescita media globale pari al 4% tra il 2015 e il 2018, che lo porta a coprire il 30% del mercato europeo, con vendite pari a 2,7 miliardi nel 2017, su un totale di 9 miliardi a livello continentale. Tutto sulla scia di una espansione che non riguarda solo le principali catene di gelaterie, da Grom a La Romana a Riva Reno. Un ruolo da protagonista lo riveste infatti l'industria di settore, con accademie di formazione che contribuiscono a diffondere oltreconfine quello che è ormai a tutti gli effetti un brand ambasciatore del made in Italy. Se il mercato italiano è ormai saturo è all'estero che si aprono nuovi varchi per le esportazioni per la galassia di piccole e medie imprese che producono macchine, tecnologie e arredi per le gelaterie, circa 24 aziende che generano un fatturato stimato intorno ai 480 milioni di euro, per circa il 70% derivante proprio dall'export. «Le nostre prospettive di crescita si concentrano soprattutto oltreconfine, dove cerchiamo di preparare nuovi maestri gelatieri», conferma Gianfranco Tonti, presidente di Acomag, associazione di settore. La politica di investimenti continui in innovazione e formazione è la carta che i produttori di macchinari, tecnologie e arredi giocano per dribblare la concorren-

za dei produttori stranieri, in particolare cinesi, turchi e polacchi, che tentano di insidiare il primato italiano facendo leva sull'appetibilità del prezzo basso. Tentativo che fino ad ora ha mostrato il fiato corto. «Certo, il low cost esercita sempre un certo appeal - prosegue Tonti - ma parliamo di competitors che vent'anni fa non esistevano nemmeno, mentre le aziende italiane possono fare leva su una tradizione antichissima che, insieme all'innovazione, è la migliore arma per difendersi sul mercato globale».

Lo sfruttamento dell'italian sounding cavalcato da numerose aziende straniere non riesce a rallentare nemmeno lo sviluppo dell'industria dei semilavorati e degli ingredienti, 600 milioni di fatturato dei quali il 65% circa derivante dalle vendite oltreconfine, in aumento negli Usa, in Brasile ma anche nel Sud Est asiatico. «C'è un certo fermento all'estero di imprese che provano a concorrere con noi - spiega Fabrizio Osti, presidente del gruppo "prodotti per gelato", di Aiipa, associazione italiana industria prodotti alimentari -. Ma i risultati non sono particolarmente brillanti, perché la vera competizione all'estero è tra le nostre imprese, che scommettono su ricerca e sviluppo. Le aziende puntano sulla massima qualità e sulla novità, sapendo che chi non si muove in questa direzione è spinto ai margini del

mercato. E investono oltreconfine anche con nuovi impianti produttivi, soprattutto negli Stati Uniti, in Sudamerica e nel Far East». La conseguenza è un radicamento che dall'Europa si espande a livello mondiale confermando il predominio della produzione targata Italia, dove il consumo di gelato, secondo stime Sigep - il salone internazionale gelateria, pasticceria, panificazione artigianali e caffè, promosso a Rimini (quest'anno giunto alla 39esima edizione) da Italian Exhibition Group, il gruppo fieristico nato dall'integrazione tra Rimini Fiera e Fiera di Vicenza -, continua ad aumentare. L'anno scorso è cresciuto del 10%, con picchi del 15% nelle località turistiche. Risultato record per un Paese dove le preferenze vanno per i due terzi verso coni e coppette artigianali e per un terzo verso il gelato industriale.

In crescita in Italia anche il consumo di caffè, altro prodotto rappresentato al salone riminese: tra esportazioni, consumi domestici e nei bar, nei ristoranti e negli hotel il giro d'affari del caffè si attesta ormai intorno ai due miliardi di euro. Nella patria dell'espresso, mediamente ogni italiano ne consuma 6 chili all'anno, sopra la media europea. Fuori dalle mura domestiche i 149mila bar presenti sul territorio servono mediamente 175 tazzine di caffè al giorno, che rappresentano il 32,5% del fatturato di un esercizio di medie dimensioni.



Format vincenti. Grom, La Romana e Riva Reno tra le principali catene di franchising

LA PAROLA CHIAVE

Horeca

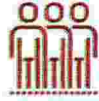
● Il successo del gelato artigianale italiano è dovuto in larga parte al fatto che si fonda su un'antica tradizione di qualità e cura. In Italia, dove l'anno scorso il consumo di gelato è cresciuto del 10%, si contano nel macrosettore Horeca oltre 39mila gelaterie, delle quali 10mila pure e 29mila costituite da bar e pasticcerie con offerta anche di gelato. Il numero è in costante aumento, grazie soprattutto alla scoperta della salubrità di un alimento fresco con caratteristiche nutrizionali maggiormente dietetiche rispetto all'ice-cream

Il comparto ai raggi X



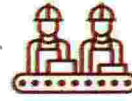
39 MILA

le gelaterie in Italia su un totale mondiale di 100mila



150 MILA

gli addetti in Italia delle gelaterie



4,48 MILIARDI

il volume d'affari della filiera del gelato artigianale made in Italy



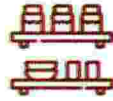
2,7 MILIARDI

il valore dei gelati venduti in Italia nel 2017, pari al 30% del mercato europeo che vale 9 miliardi



+10%

la crescita dei consumi in Italia del gelato artigianale nel 2017



481 MILIONI

il fatturato dell'industria delle macchine e degli arredi per la gelateria, che conta 24 aziende in Italia



600 MILIONI

il fatturato dell'industria degli ingredienti e dei semilavorati, che in Italia conta 40 aziende



90%

la quota di mercato mondiale detenuta dai produttori italiani di macchine per il gelato



Qualità. Lo sfruttamento all'estero dell'italian sounding non rallenta lo sviluppo di semilavorati e ingredienti

