



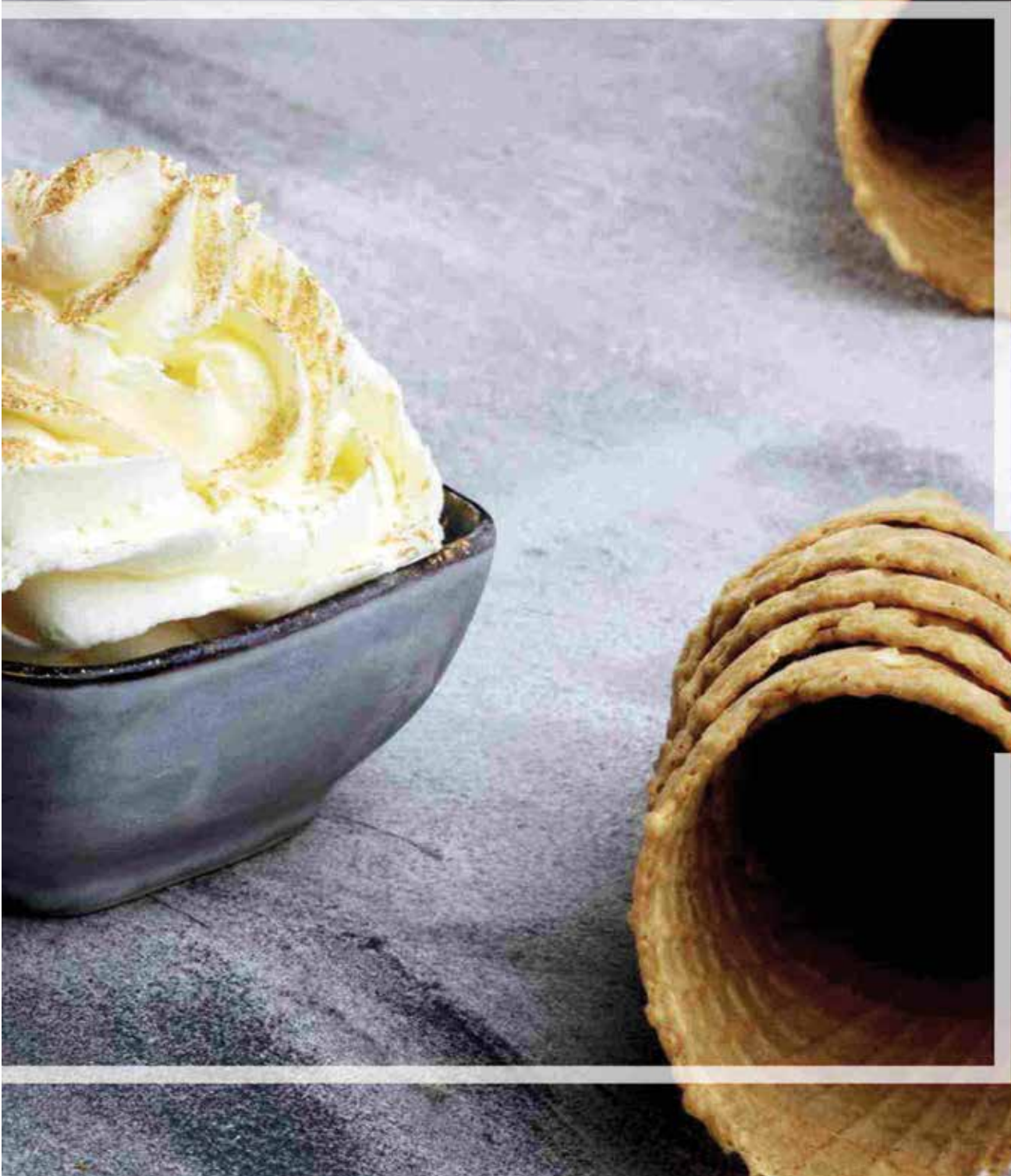
DOSSIER GELATO SOFT

IL “BELLO E POSSIBILE”

Terreno ancora in parte inesplorato, il gelato soft ha le potenzialità per diventare un business da intraprendere. Ecco cosa sapere e cosa scegliere per ampliare l'offerta con proposte contemporanee, cavalcando trend ed esigenze del momento: novità, benessere, estetica social

A cura di Valeria Maffei • Photo Freepik e Pexels

DOSSIER GELATO SOFT





Perfetto, fotogenico, personalizzabile; senza problemi di stabilità o di scioglimento. Fatto al momento e per questo sempre soffice e cremoso. Il gelato soft è bello, ma è anche possibile? Per capire scenari attuali e futuri, abbiamo intervistato un esperto di marketing e incontrato un gelatiere che ha, con successo, inserito in gamma un "soft artigianale". Ecco la loro testimonianza, insieme alle migliori soluzioni pensate dalle aziende per i professionisti della gelateria.

LO STATO DELL'ARTE DEL GELATO SOFT IN ITALIA E NEL MONDO

Maurizio Morini (nella foto), presidente di Best Advance sas ed esperto di innovazione, marketing e sostenibilità, ci aiuta a fare il punto sul mercato del gelato soft a livello nazionale ed internazionale. "Il gelato soft è stato introdotto in Italia nella seconda parte del ventesimo secolo grazie all'intuizione dei produttori di macchinari



"automatici" per gelato, che lo hanno privilegiato per la sua macchinabilità – ci spiega il Dott. Morini (nella foto sopra) – ma ha sempre vissuto all'ombra del gelato artigianale, conquistando uno spazio di mercato comunque limitato. Questa tendenza è in

controindicazione con i risultati a livello internazionale. In particolare nei paesi del centro e nord Europa la storia del gelato soft è stata più significativa. Ampie possibilità ci sono invece sia in Asia sia in Africa. Si tratta di realtà che non conoscono i gelati freschi e la soluzione soft ice riduce tempi e costi di partenza; poi quando i gusti si evolvono si passa al classico gelato artigianale".

LE PREVISIONI PER IL FUTURO

Secondo le previsioni dei produttori di macchine per la preparazione del gelato soft (contenute nel Global Soft Ice Cream Market Insight) la previsione al 2021 è di



aumento a livello internazionale dell'utilizzo delle attrezzature, con una riduzione della penetrazione nei mercati maturi e una crescita significativa nei mercati emergenti.





Il soft è un prodotto bello da fotografare, sempre perfetto e molto “instagrammabile”: si potrebbe partire da qui per nuove esperienze da proporre alla clientela

GIUSO

IL LATO MORBIDO E SETOSO DEL GELATO

Giuso presenta SO-SOFT, una linea completa di prodotti pronti all'uso e di elevata qualità, pensata per la realizzazione di gelati soft, l'offerta privilegiata per bar, pasticcerie e piccole gelaterie. Sempre fresco e sorprendentemente cremoso in quanto prodotto al momento per ogni singola consumazione, è disponibile in un ampio assortimento, per soddisfare tutte le esigenze di gusto:



Cioccolato, Fragola, Fiordilatte, Vaniglia e Yogurt. Quest'ultimo in particolare è da sempre il best seller per questa tipologia di prodotto: buono da gustare da solo, superbo se variegato con topping, granelle, codette di zucchero o di cioccolato. Le referenze della linea So-Soft di Giuso sono tutte gluten free e disponibili in cartoni da 6 sacchetti da 1,6 kg ciascuno.

www.giuso.it

MEC3

L'EVOLUZIONE DEL GELATO

Wondercream è un nuovo modo di interpretare un trend del settore Soft grazie a prodotti completi già dosati e bilanciati: fresco e gustoso, pratico e semplice da realizzare, incontrerà l'approvazione di grandi e bambini grazie all'alta qualità delle materie prime, all'accattivante modalità di presentazione e alle infinite possibilità di personalizzazione di coni, coppe e cialde. Ognuno potrà creare il suo personalissimo gelato combinato con fantasia alle rinomate creme, le pregiate salse e granelle. Per conquistare i clienti, l'artigiano potrà scegliere tra le esclusive ricette create dai maestri gelatieri Mec3, come New York Cheesecake, Cookies, Unicorn e Hot Love, o proporre tutte quelle che la fantasia saprà suggerirgli.

www.mec3.com



È fondamentale usare materie prime eccellenti e riuscire a far capire che gli ingredienti usati sono gli stessi del gelato classico, cambia solo come vengono bilanciati



MODECOR

LA BELLEZZA INCONTRA IL GUSTO

Per rendere ancora più invitante il gelato soft, Modecor propone due tipologie di prodotto che sposano perfettamente il binomio bellezza e gusto: la linea Krok e le Targhette in zucchero. Perfetta per decorare coni e coppette, linea Krok è composta da 15 referenze in cioccolato e granella, in pratiche confezioni da 1 Kg in buste richiudibili, per rendere unico e gustoso il gelato soft con riccioli, pepite e confetti in cioccolato, granelle di pistacchi e nocciole e altre dolci golosità. Pratiche e invitanti, le targhette in zucchero, resistendo sia a temperatura negativa che positiva, sia al passaggio da abbattitore a frigo, non presentano le problematiche tipiche del cioccolato nel periodo estivo e sono l'alleato perfetto del gelatiere. Sulle targhette in zucchero è possibile stampare qualsiasi tipo di logo in quadricromia, con stampa fotografica e in tutte le tonalità di colore con un effetto illustrazione. Ulteriore plus sono l'assenza di glutine e la conservazione a temperatura ambiente.

www.modecoritaliana.com

ANCHE LO YOGURT SCENDE SOTTOZERO

Il Frozen Yogurt è un dessert, a metà strada tra il più tradizionale gelato e lo yogurt, che si ottiene usando la stessa tecnologia del gelato soft ed aggiungendo una percentuale di yogurt (minimo il 20%). Considerato un prodotto sano e dal basso impatto calorico, è diventato molto popolare, soprattutto all'estero, proprio perché permette di concedersi un momento di dolcezza che sia anche salutare, oltre a conquistare il palato per la soffice sensazione di freschezza che riesce a regalare. Le infinite possibilità di personalizzare il Frozen Yogurt, aggiungendo topping, granelle o frutta, permettono di costruire coni e coppette sempre diverse ed in grado di soddisfare perfettamente il gusto e le esigenze dei clienti. In Italia il Frozen Yogurt è diffuso soprattutto nelle località di mare e di villeggiatura estiva, mentre il mercato più ampio è quello estero. In Europa l'andamento è molto legato alle mode del momento, fa eccezione la Spagna dove negli ultimi anni sono sorti migliaia di punti vendita dedicati. Fuori dall'Europa, il mercato di riferimento del gelato Frozen Yogurt è soprattutto il Sud America, con i numeri in assoluto più alti registrati in Brasile, seguito dagli Stati Uniti.

Il gelato soft può essere un nuovo business e un'occasione per differenziarsi ma l'offerta deve essere variegata e colpire i trend salutistici grazie alla leggerezza