

Il consumo più a casa che al bar e almeno uno alla settimana

Secondo un'indagine Astraricerche gli acquisti nei prossimi tre anni aumenteranno di oltre il 30 per cento

Non solo estate

Con l'arrivo del caldo, gli italiani tornano a consumare gelato con regolarità: secondo l'indagine condotta da AstraRicerche per l'Istituto del Gelato Italiano, durante la bella stagione, infatti, circa due terzi degli intervistati dichiara di mangiarne almeno uno alla settimana. Ma 40,7% anche tre o più; inoltre, seppur meno frequente, il consumo prosegue anche nelle altre stagioni dell'anno.

La passione italiana per il gelato è nettamente cresciuta negli ultimi cinque anni, attestandosi al 23,2% la quota degli intervistati che ritiene di aver aumentato il consumo di gelato confezionato, con picchi del 36% per gli uomini tra i 18 e i 34 anni.

Inoltre, secondo le previsioni, nei prossimi tre anni il consumo aumenterà per il 30,2% degli individui intervistati. Sono molte, infatti, le caratteristiche del gelato confezionato che piacciono agli italiani: la sicurezza alimentare, la varietà dei formati disponibili e la lunga conservazione, il prezzo contenuto e la facilità nel reperire informazioni sugli ingredienti, tra cui allergeni e valori nutrizionali, nonché la co-

moda possibilità, nel 70,8% dei casi, di essere consumato a casa.

Il gelato confezionato viene, infatti, consumato prevalentemente proprio a casa (70,8%): soprattutto da donne, over 45, appartenenti al cluster "fan del gelato come coccola". I gelati confezionati più consumati a casa sono la vaschetta (71%), il biscotto (63%), le torte gelato (58%), lo stecco (in formato normale 56%, in formato mini 51%), cono in formato mini (45%) e barrette gelato (45%). Fuori casa si privilegiano invece il cono formato normale (60%) e il gelato in coppetta (55%).

«Il settore è vivace e si prevede un aumento dei consumi nei prossimi anni, a differenza di altre categorie di prodotti – sottolinea Cosimo Finzi di Astra Ricerche –. Credo che alcuni fattori saranno determinanti per sostenere la crescita: innanzitutto un racconto più forte e chiaro sulle caratteristiche positive del gelato. Dalla ricerca si evince, infatti, che permangono ancora falsi miti in merito agli aspetti salutistici e di qualità del prodotto industriale. Un effetto positivo sui consumi sarà provocato anche dall'ulteriore innovazione in termini di gusti e formati per soddisfare la voglia di nuovo del consumatore e la spinta verso la destagionalizzazione».

—M.T.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

