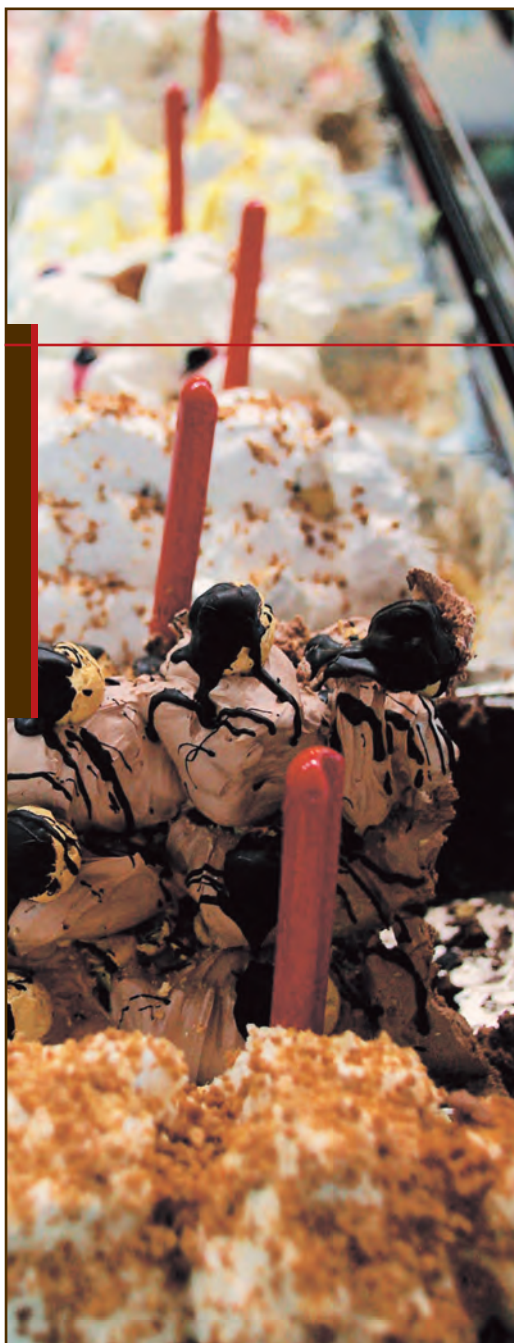


La conta degli artigiani "veri"



I primi risultati dell'indagine, realizzata dalla società Marketing&Telematica con il patrocinio di puntoIT, per riconoscere e **identificare** i **gelatieri** presenti sul territorio nazionale

di Davide Pini - foto di Pasquale Bove

Il perché di un'indagine

Uno dei più curiosi **misteri** del mondo della gelateria è l'identificazione del numero di operatori che si possono **definire** artigiani sulla base del metodo di **produzione** utilizzato. Le cifre che si incontrano nelle varie pubblicazioni mostrano oscillazioni impressionanti, rendendo ancora più indecifrabile la realtà.

Questione di **numeri**

Il gelato artigianale ha oggi **invaso** molti ambiti del variegato mondo dei pubblici esercizi. Spesso lo si trova vicino alla pasticceria artigianale, ha fatto una solida comparsa all'interno dei **bar** e comincia a mostrarsi in nuove e diverse realtà, quali le latterie, le panetterie, gli agriturismi. I circa **7000** artigiani iscritti alla Camera di commercio sono dunque affiancati da numerosi altri operatori sparsi, ad esempio negli oltre 130mila bar italiani. I dati dell'Ufficio studi di Confartigianato testimoniano come i punti di vendita che offrono gelato in Italia siano più di **36mila** unità. Ma **quanti** di questi propongono **esclusivamente** un gelato artigianale?

Obiettivo finale

Scoprire quali siano i **reali** gelatieri artigianali in Italia è solo il **punto di partenza** dell'indagine. L'obiettivo finale è quello di creare un vero e proprio **identikit**, in grado di fotografare le peculiarità di una **categoria commerciale** che merita di essere conosciuta in modo più approfondito. Il modello di indagine permanente utilizzato consente di mettere in evidenza elementi quali il **periodo di apertura**, l'**ubicazione** e la tipologia del punto vendita, il numero di **addetti**, i **prodotti** trattati, le **attrezzature** produttive utilizzate, la quantità e la tipologia delle strutture espositive. Un quadro completo quindi, che dà voce ai gelatieri anche in merito alla loro visione sull'**evoluzione** del mercato.

Il metodo adottato

La sfida di riuscire a identificare e classificare i gelatieri italiani è stata intrapresa da Marketing&Telematica di Arese che, sulla base dell'esperienza maturata in oltre vent'anni di studi su una ventina di diversi mercati, è approdata nel mondo delle gelaterie con la propria piattaforma **Mmas-Micro Marketing Analysis System**, una metodologia di indagine che consente di fare luce sulle **potenzialità reali** del mercato. Il lavoro parte dalla **selezione** di tutti gli indirizzi attualmente reperibili e prosegue attraverso **interviste** telefoniche dirette a ognuno degli operatori identificati. Le **procedure** adottate garantiscono il massimo feedback possibile, sulla base di un questionario predisposto ad hoc. Ogni operatore identificato viene poi **periodicamente** intervistato, per mantenere sempre **aggiornata** la qualità delle informazioni raccolte.

Qualche indiscrezione

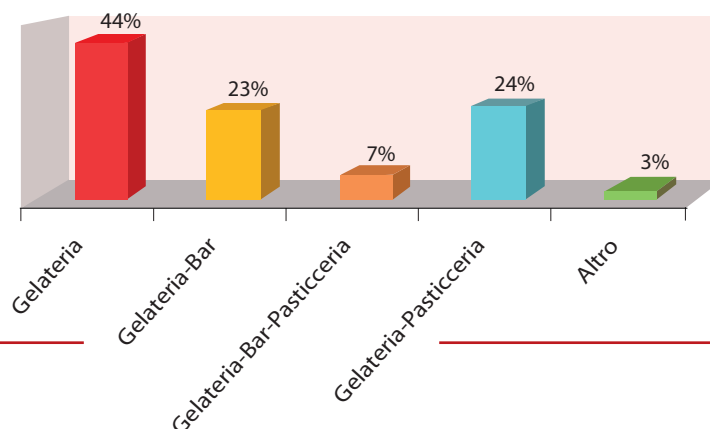
Per conoscere meglio e nel dettaglio le gelaterie artigianali italiane l'appuntamento è al Sigep di Rimini, in occasione dell'evento **Comunicando**. È possibile però anticipare qualche dato emerso su oltre **8mila** punti vendita classificati fino a novembre.



Gelato&bar pasticceria

Un primo elemento mostra come circa la **metà** delle gelaterie artigianali vivano all'interno di una **più ampia** attività che comprende, con analoga importanza, i bar e le pasticcerie. Al **Sud** questo fenomeno tocca quasi i **due terzi** delle gelaterie esistenti.

TIPOLOGIA GELATERIE

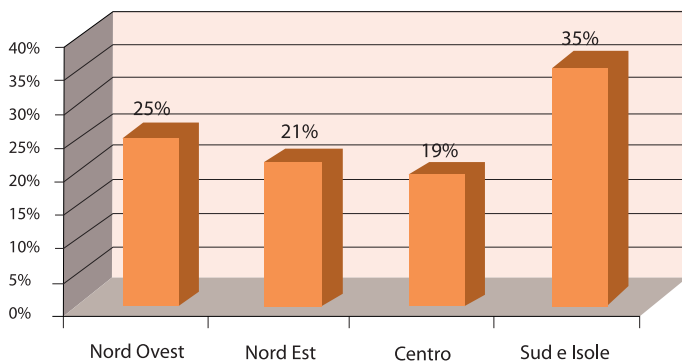


5000 ore
di interviste telefoniche
per analizzare
i primi 8000 punti vendita

Gelaterie e popolazione

La distribuzione delle gelaterie artigianali sul **territorio nazionale** si **scosta** leggermente da quella della popolazione, con una **concentrazione** più alta nel sud Italia.

DISTRIBUZIONE GELATERIE



Chi è Davide Pini



Consulente direzionale nell'ambito della gestione d'impresa, con particolare riferimento al marketing e ai processi d'innovazione. Dopo il master in marketing management alla "SDA Luigi Bocconi", si dedica alla creazione di nuovi format di ristorazione e intrattenimento

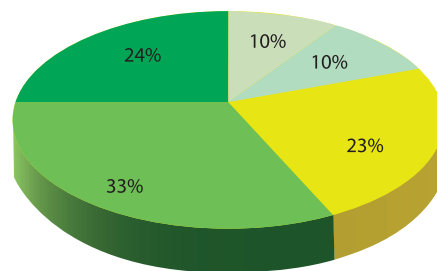
all'interno di centri commerciali in Italia e all'estero, capitalizzando anche sull'esperienza maturata all'interno della società Autogrill che lo vede protagonista del lancio di "Spizzico". Nei quasi vent'anni di attività di consulenza, ha contribuito al successo di primarie società di food&beverage nel mondo Horeca. Dal 2008 è a capo del progetto Food di Marketing&Telematica.

Anzianità di lavoro

È interessante osservare come quasi la metà delle gelaterie esistenti (**43 per cento**), abbia iniziato la propria attività da **oltre vent'anni**, a testimonianza quindi della **solidità** di buona parte della categoria.

- Prima del 1970
- Dal 1971 al 1980
- Dal 1981 al 1990
- Dal 1991 al 2000
- Dal 2001 in poi

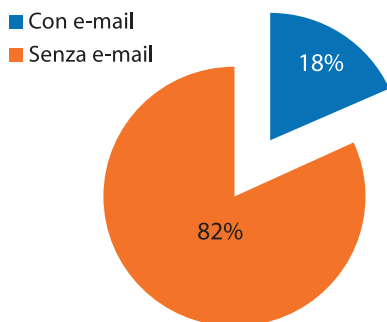
ANNO INIZIO ATTIVITÀ



Negozi poco virtuali

Un dato curioso è la **propensione** ancora **bassa** alla "virtualità". Nell'epoca di Facebook solo il **18 per cento** dichiara di avere un indirizzo **email** collegato alla propria attività.

INFORMATIZZAZIONE



Un lavoro complesso

Sono state impiegate alcune settimane solo per classificare le oltre **50mila** anagrafiche di partenza su cui è stato concentrato lo studio; sono seguite quasi 5mila ore di interviste telefoniche dirette sui **nominativi utili**. Inizialmente i gelatieri si sono mostrati un po' **diffidenti** a rilasciare informazioni, probabilmente perché non abituati a ricevere questo tipo di sollecitazione, ma nel corso dell'indagine la collaborazio-

ne è andata costantemente aumentando. L'aggregazione dei dati che si stanno raccogliendo con questo censimento potrà consentire alle **aziende** di comprendere maggiormente i bisogni della propria clientela, contribuendo alla creazione di un legame sempre più stretto e **collaborativo** tra i fornitori di materie prime, attrezzature e servizi e la grande schiera di gelatieri artigianali italiani.