

*Latte nei prodotti dolciari*

## LE SPECIALITÀ GELATO PER CONSUMATORI SPECIALI

*Per un settore in continua crescita, è importante poter proporre sul mercato prodotti all'avanguardia. Questi devono rispondere alle reali necessità nutrizionali e sensoriali del consumatore moderno, che ama gratificarsi pur con un occhio di riguardo all'aspetto salutistico dell'alimento*

di Biagio Calcavecchia e Stefano Vannucci

### ABSTRACT

#### **Out-of-the-ordinary ice-creams for out-of-the-ordinary consumers**

*Knowing how to seize every opportunity which emerges from the changing demands and tastes of consumers, and from changing cultural and eating habits, is indispensable when it comes to launching new products in the large-scale ice-cream market. To this*

*end, and bearing in mind the observation that ice-creams are seen and more as an integral part of a daily diet and no longer simply as a different dessert, Sammontana has decided to offer the public a series of products with the following common denominator: helping the organism to gain benefits which go beyond the simple sensuous enjoyment of the ice-cream.*

**S**aper cogliere tutte le opportunità che derivano dalla evoluzione delle esigenze e dei gusti dei consumatori nonché dalle modifiche delle tradizioni culturali e alimentari, rappresenta



un presupposto indispensabile per l'attività di lancio di nuovi prodotti nel settore della gelateria industriale. In tal senso, partendo dall'osservazione che il gelato è vissuto sempre di più come un vero e proprio componente dell'alimentazione quotidiana e non più come un diverso tipo di dessert, Sammontana ha individuato la possibilità di offrire al pubblico una serie di prodotti che basano le proprie caratteristiche distintive non solo sul gusto, la forma o la consistenza/cremosità della miscela, ma anche su elementi capaci di elevarli a tipologie alimentari funzionali. In pratica si tratta di prodotti che presentano il seguente denominatore comune: aiutare l'organismo a ottenere benefici che vadano oltre la semplice auto-gratificazione orale.

Le opportunità selezionate hanno portato all'individuazione di alcune aree di business, quali:

- area dietetico/salutista,
- area funzionale/probiotica.

Nel primo caso sono stati individuati determinati bisogni da soddisfare, che possono ricondursi alle seguenti tipologie:

- 1) esigenza di un prodotto buono come il gelato (in termini di cremosità, gusto, ecc.) ma in grado di incorporare elementi "salutisti", consentendo di superare il senso di colpa connesso con il consumo del gelato per sostituirlo con la consapevolezza di un consumo gratificante ma razionale e mirato;
- 2) nell'ottica suddetta si può aggiungere anche l'esigenza di vedere