



GELATO CONFEZIONATO AL BAR:

IL VADEMECUM IGI PER RILANCIARE IL CONSUMO FUORI CASA

Dal corretto posizionamento dei prodotti alla manutenzione e all'allestimento dei freezer, dalla scelta dell'assortimento alla corretta conservazione: tutte le strategie per aumentare la voglia di gelato.

Link foto utilizzabili:

Roma, 13 aprile 2026 - Con l'equinozio di primavera, si apre ufficialmente la stagione del gelato.

Colorati, freschi, cremosi, gustosi: gli stecchi croccanti, i coni e le coppette da passeggio e i classici biscotti sono il coronamento immancabile delle lunghe giornate di sole e spensieratezza.

Il gelato confezionato - nelle sue infinite varianti, che accontentano ogni gusto ed esigenza alimentare - può tornare ad essere un volano economico per gli **oltre centomila bar** distribuiti capillarmente in tutta Italia, a patto che venga valorizzato come merita. Con **oltre 3 miliardi di porzioni vendute ogni anno** e un trend in crescita, il gelato confezionato è un **prodotto ad alto potenziale nei pubblici esercizi**: amato da tutti e riconoscibile, è un asso nella manica per attrarre i clienti.

Attualmente, il **gelato confezionato** viene **consumato prevalentemente a casa (70,8%)**, abitudine consolidata con la pandemia, ma sono tanti i punti a suo favore per rilanciarne il consumo fuori casa, a partire dalla **sicurezza alimentare**: i gelati confezionati sono prodotti con ingredienti selezionati e igienicamente controllati in tutto il processo produttivo. Inoltre, i gelati confezionati **offrono informazioni nutrizionali trasparenti in etichetta**, consentendo un consumo consapevole, anche all'interno di una dieta ipocalorica o a fronte di intolleranze e allergie alimentari.

LE 10 REGOLE PER VALORIZZARE AL MEGLIO UN PUNTO VENDITA

Entriamo ora nel dettaglio del decalogo messo a punto dall'**Istituto del Gelato Italiano** per guidare gli esercenti nell'allestimento strategico degli spazi a disposizione.

1. **Sfrutta l'esterno del locale**

Decisivo è il posizionamento dei cartelli e dei tabelloni promozionali forniti dalle aziende produttrici di gelato, che raffigurano i prodotti con immagini accattivanti e mostrano bene in vista i nomi dei prodotti studiati con cura, per valorizzarne il gusto, la freschezza e la golosità. È importante che siano ben visibili fuori dal punto vendita, per creare una **"call to action"** immediata, attirando i passanti prima ancora che decidano di entrare.

2. **Posiziona in modo strategico il freezer**

Il banco frigo deve essere installato vicino all'ingresso o alla cassa. Questo aumenta o induce il desiderio del prodotto, aumentandone la rotazione.

3. **Proponi sempre un assortimento bilanciato**

È importante garantire sempre la presenza dei **best seller** (i classici "comfort food") accanto alle **novità** dell'anno, che attirano i consumatori più curiosi di provare nuovi gusti e tendenze.

4. **Organizza in modo proficuo i gelati nel freezer**

Una volta scelte le tipologie di gelato da proporre, anche l'allestimento del freezer deve essere ordinato, funzionale alla corretta conservazione e alla visibilità e facilità di acquisto. Nel caso dei freezer verticali, stecchi e coni andranno riposti nei ripiani superiori (più facili da afferrare), biscotti e coppette al centro (solitamente di interesse per i bambini) e ghiaccioli e sorbetti in basso in quanto è la zona più fredda. Nel caso di assortimenti per la ristorazione, anche torte e tranci potranno essere posizionati nei ripiani inferiori.

Focus Gelati "Free From" (Senza Glutine e Lattosio)

5. **Valorizza l'offerta Senza Glutine**

I gelati per celiaci devono avere uno spazio dedicato e visibile. Questi prodotti offrono un'opzione deliziosa, senza rischi per la salute delle persone intolleranti al glutine.

6. **Non farti mancare il Senza Lattosio**

Lo stesso vale per i gelati "lactose free". Oggi le aziende produttrici di gelato confezionato offrono una vasta gamma di referenze senza lattosio. Inoltre, non tutti sanno che spesso anche sorbetti e ghiaccioli sono privi di latte, rappresentando un'ottima alternativa per gli intolleranti.

Gestione e Manutenzione del freezer

7. **Non spegnerlo di notte**

Lo spegnimento notturno non fa risparmiare energia; il riavvio consuma di più rispetto ad un freezer ben chiuso e sempre acceso. Peraltro, lo spegnimento danneggia gravemente la struttura del gelato, creando, con la riaccensione, cristalli di ghiaccio che ne compromettono la cremosità.

8. **Non esporlo ai raggi del sole**

Per ottimizzare i consumi di energia elettrica e non danneggiare i prodotti è importante che il freezer non sia esposto direttamente ai raggi del sole.

9. **Prenditene cura e sbrinalo periodicamente**

Un freezer pulito e senza accumuli di brina ne garantisce un funzionamento ottimale e rende il gelato confezionato molto più invitante.

10. **Usalo solo per i gelati**

Non inserire altri tipi di alimenti (carne, pesce, ecc.) nel banco dei gelati confezionati evita contaminazioni e garantisce la perfetta conservazione del prodotto a -18°C.

Con l'arrivo del caldo, gli italiani tornano a consumare gelato con regolarità: circa due terzi degli intervistati dichiara di consumarne almeno uno alla settimana, mentre il 40,7% ne mangia tre o più a settimana. Secondo l'indagine Astra Ricerche per IGI (2024), negli italiani il gelato suscita sentimenti ed emozioni positive, come gioia e allegria (73,7%) e spensieratezza (71,1%). È fortemente correlato a situazioni vacanziero: se pensa al gelato il 54% degli italiani pensa all'estate e al caldo, il 25% al mare, il 21% alle passeggiate in città. Questi dati confermano che sono tante, quindi, le occasioni di consumo del gelato

confezionato che gli oltre 100.000 bar capillarmente distribuiti sul territorio nazionale, da Nord a Sud e dalla montagna al mare, possono soddisfare ogni anno. I bar di prossimità rappresentano, infatti, un valore fondamentale per l'Italia, non solo economico ma soprattutto sociale e culturale.

*“Il gelato confezionato è parte integrante della memoria collettiva – spiega **Michelangelo Giampietro**, presidente IGI e Medico Specialista in Medicina dello Sport e in Scienza dell’Alimentazione - capace di evocare emozioni, estati spensierate, merende d’infanzia e piccoli momenti di piacere. È entrato nelle case di milioni di italiani, diventando un prodotto familiare e rassicurante, che può rappresentare una valida scelta alimentare in vari momenti della giornata, oltre che **un’interessante opportunità commerciale**, soprattutto nella stagione estiva. Come IGI, abbiamo pensato di redigere questo manuale con alcune regole fondamentali non solo per rafforzare il ruolo del gelato nell’offerta dei bar, ma anche per preservare gusto e salubrità del prodotto”.*

Il Manuale dell’IGI è nato proprio con lo scopo di aiutare gli esercenti a fare le scelte giuste e vuole essere un supporto prezioso per tutti coloro che desiderano offrire **un servizio completo, sicuro e di qualità**, anche nel settore del gelato confezionato.

Per incentivare buone pratiche commerciali e contribuire alla valorizzazione di questo prodotto, l’Istituto del Gelato Italiano **mette a disposizione gratuitamente il documento** intitolato **“Sano, nutriente e sicuro: vendere il gelato confezionato”**, tramite il link:

<https://www.istitutodelgelato.it/manuale-igi-per-gli-esercenti/>

Si può accedere al Manuale anche tramite QR code:



About IGI

L’Istituto del Gelato Italiano, IGI, nasce nel 1991 su iniziativa delle più importanti industrie gelatiere italiane, con la finalità di promuovere e diffondere la conoscenza delle caratteristiche di qualità, bontà e valore nutritivo dei gelati confezionati prodotti e commercializzati in Italia.

La prima importante iniziativa dell’Istituto del Gelato Italiano nel 1993 è stata la messa a punto di un Codice di Autodisciplina Produttiva, che fissa dettagliatamente le regole di produzione dei gelati confezionati in Italia, garantendo un alto standard qualitativo ai prodotti. Il Codice IGI è stato aggiornato periodicamente per adeguarsi all’evoluzione delle normative e alle mutate esigenze del consumatore.

Il codice IGI rappresenta ancora oggi in Italia, dopo oltre 30 anni dalla sua emanazione, l'unico esempio di Codice di Regolamentazione nel settore della gelateria.