



Carpigiani compie 80 anni: il gelato artigianale diventa esperienza globale

Descrizione

La ricerca internazionale promossa da Carpigiani in 81 Paesi fotografa nuove abitudini e consumi: cresce il valore dell'esperienza, delle gelaterie indipendenti e del gelato come fenomeno sociale e culturale

Da semplice pausa golosa a linguaggio contemporaneo del food esperienziale. È questa la trasformazione che emerge dalla nuova ricerca internazionale promossa da **Carpigiani** in occasione degli 80 anni dell'azienda bolognese leader mondiale nelle macchine per gelato artigianale. Un'indagine che, attraverso oltre 900 interviste in 81 Paesi, fotografa gusti, consumi e nuove abitudini legate a uno dei simboli più riconoscibili della tradizione italiana.

Realizzata insieme a Sylla e rivolta alla community globale Carpigiani – professionisti del settore, ex studenti della Carpigiani Gelato University e appassionati – la ricerca racconta un pubblico ampio, trasversale e sempre più esigente. Il dato più significativo riguarda la frequenza di consumo: una persona su due mangia gelato più volte a settimana. Ma soprattutto cambia il modo in cui il prodotto viene percepito.

Il gelato artigianale resta il punto di riferimento assoluto per qualità, con una valutazione media di 9,32 su 10 contro il 4,36 attribuito al gelato industriale. A guidare le scelte dei consumatori non sono soltanto il gusto o il prezzo, ma l'esperienza complessiva: qualità percepita, servizio, ambiente e identità del locale diventano elementi decisivi.

La nuova “grammatica globale” del gelato

La ricerca individua una vera e propria “**grammatica globale del gelato**”, fatta di rituali, gusti e comportamenti differenti. Il pubblico non è più uniforme e si divide in diversi profili di consumo.

Il 28% resta legato alla tradizione e ai gusti classici, mentre il 26% cerca sperimentazione e nuovi abbinamenti. Cresce anche la sensibilità verso ingredienti, sostenibilità e prodotti “clean label”, ambito che coinvolge il 18% degli intervistati. Un altro segmento in forte crescita è quello degli

“edonisti sociali” (17%), consumatori che vivono il **gelato come momento di condivisione e socialità**, spesso legato a esperienze urbane e conviviali. Più ridotta, invece, la quota di chi privilegia semplicità e praticità.

Parallelamente si amplia anche l’offerta. Accanto alle classiche coppette e coni aumentano torte gelato, prodotti take-away e soft serve, mentre restano ancora marginali formule più ibride come frozen cocktail e contaminazioni con il mondo mixology.



Carpigiani Gelato University ha formato intere generazioni di artigiani (Foto © Ufficio stampa).

Le gelaterie indipendenti restano centrali

Uno degli aspetti più interessanti emersi dall'indagine riguarda il **ruolo delle gelaterie indipendenti**. Il 64% dei consumatori continua infatti a preferirle rispetto alle grandi catene, perché considerate più autentiche e capaci di offrire un rapporto diretto con il prodotto e con il territorio.

Il punto vendita diventa quindi parte integrante dell'esperienza: arredamento, servizio, storytelling e identità incidono sempre di più sulla fidelizzazione del cliente. Un dato che conferma come il gelato artigianale stia seguendo dinamiche già viste nel mondo del caffè specialty, del vino e della ristorazione contemporanea.

Il gelato entra nelle strategie di bar e ristorazione

Dal lato degli operatori, il **settore mostra un'evoluzione significativa**. Le gelaterie rappresentano ancora il 59,1% del campione analizzato, ma sono soprattutto bar, caffetterie e ristoranti a evidenziare il maggiore dinamismo.

Il **“frozen dessert”**, categoria che comprende gelati, torte gelato e dessert freddi più elaborati, esce progressivamente dalla logica del semplice fine pasto per diventare una proposta autonoma, strutturata e sempre più integrata nelle strategie dei locali.

Tra le priorità indicate dagli operatori emergono l'**ottimizzazione dei processi produttivi**, la **riduzione dei tempi di lavorazione** e la **standardizzazione qualitativa**. In questo scenario la tecnologia assume un ruolo centrale.

«Questa ricerca mostra un mercato più maturo e consapevole, dove cambiano i consumi e cresce l'attenzione alla qualità e all'esperienza. Per Carpigiani la tecnologia diventa un fattore chiave di differenziazione perché incide direttamente sul prodotto e sul lavoro quotidiano», ha spiegato **Federico Tassi**, direttore generale di Carpigiani.

Anche **Furio Camilo**, professore di statistica aziendale all'Università di Bologna e responsabile scientifico di Sylla, sottolinea il valore culturale del fenomeno:

«Il gelato artigianale non è un prodotto del passato, ma uno dei linguaggi contemporanei più forti del food esperienziale».

Ottant'anni di Carpigiani, da Bologna al mondo

Fondata nel 1946 a Bologna da **Poerio Carpigiani**, sulle intuizioni tecniche del fratello Bruto, Carpigiani ha avuto un ruolo decisivo nella diffusione internazionale del gelato artigianale italiano.

La prima autogelatiera progettata dall'azienda segnò l'inizio di un percorso industriale che avrebbe trasformato una tradizione locale in un modello produttivo globale. Oggi Carpigiani, parte del gruppo Ali, continua a investire in ricerca, tecnologia e formazione attraverso strutture come il **Gelato Museum Carpigiani** e la [Carpigiani Gelato University](#), diventati negli anni punti di riferimento internazionali per la cultura del gelato artigianale.

Data di creazione

2026/05/11

Autore

redazione