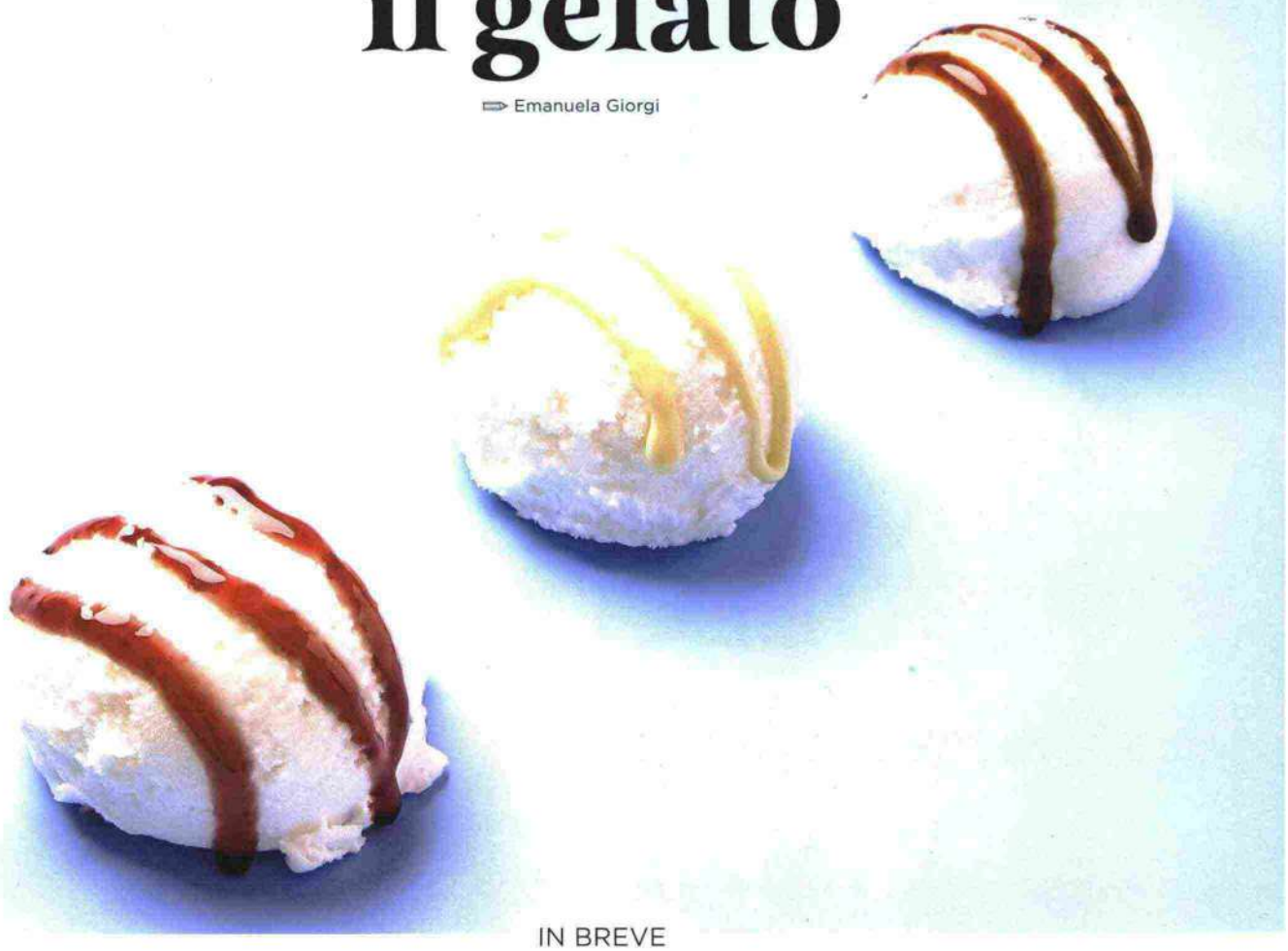
DOLCESALATO

www.ecostampa.it

Ingredienti

Topping per il gelato

Emanuela Giorgi



IN BREVE

PACKAGING
La bottiglia è preferita per il "front-end", il secchiello per le applicazioni in laboratorio

RICERCA
L'innovazione punta a soddisfare le nuove tendenze, come la croccantezza

GUSTO
Il caramello è il gusto più di trendy, come per altre categorie di prodotti

FORMATO
Le grammature elevate non sono attrattive perchè poco maneggevoli

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

013706

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Fabbri

DOLCESALATO

www.ecostampa.it

CONSUMI

Caramello, un gusto di tendenza

I topping più utilizzati sono quelli ai gusti classici come cioccolato, nocciola, fragola o amarena.
Il più di tendenza è, invece, quello al caramello, un ingrediente che negli ultimi anni sta vivendo una seconda giovinezza in diverse categorie dell'alimentare. L'ultima edizione dell'Osservatorio Immagino GS1 Italy ha registrato una crescita del +23% dell'offerta di prodotti del largo consumo che abbiano evidenziato in etichetta la sua presenza e del +14,3% delle loro vendite a valore nel periodo compreso tra giugno 2021 e giugno 2022. ●

INDUSTRIAL

Tra croccantezza...

L'ultima edizione dell'Osservatorio Immagino GS1 Italy rileva che la texture più segnalata sulle etichette dei prodotti alimentari presenti, tra giugno 2021 e giugno 2022, nei supermercati e ipermercati coinvolti nell'indagine è "croccante", con 1.600 referenze a scaffale; la prima anche per giro d'affari (971 milioni di euro), sebbene le vendite abbiano registrato un andamento negativo (-1,8%), determinato principalmente dalla diminuzione della domanda (-8,6%).
La croccantezza è proprio una delle caratteristiche che distinguono sul mercato alcuni topping.

FILIERA

Obiettivo: contenere i costi

I problemi di approvvigionamento delle materie prime che hanno caratterizzato lo scorso anno sono rientrati. Permangono, però, quelli legati ai prezzi elevati di alcune di esse, come lo zucchero o determinate tipologie di addensanti, dei materiali per il packaging e dell'energia.
Il ritocco dei listini al rialzo è stato inevitabile, ma la tendenza è quella di contenere gli aumenti, limitando, per quanto possibile, i costi di produzione con la pianificazione degli acquisti, l'ottimizzazione dei processi produttivi, anche attraverso una maggiore collaborazione tra le varie funzioni aziendali, e quella dei consumi energetici. ●

Tra gli ingredienti più innovativi per conferirla ci sono i granelli di zucchero salato, utilizzati nelle variegature.

...e senza zuccheri aggiunti

L'innovazione passa anche per l'assenza di zuccheri aggiunti, sostituendo lo zucchero con fibre vegetali e polialcoli per garantire ai topping la loro funzionalità in termini di stabilità, lucentezza e tenuta.
Sempre secondo l'ultima edizione dell'Osservatorio Immagino GS1 Italy, del resto, i prodotti "senza zuccheri aggiunti" hanno registrato un andamento delle vendite molto positivo, pari al +14%. ●

PACKAGING

Questione d'applicazione

I topping per il gelato – categoria in cui in questo articolo includiamo sia i prodotti utilizzati per variegarlo sia quelli impiegati per decorarlo – sono per lo più presenti sul mercato in secchiello o in bottiglia. Se sono utilizzati all'interno del laboratorio, ossia in fase di estrazione del gelato o durante la produzione di prodotti di pasticceria, spesso si predilige la prima tipologia di packaging, mentre se la decorazione avviene davanti al consumatore si tende a ricorrere alla seconda.
Per entrambe le soluzioni, il materiale utilizzato è prevalentemente la plastica, sempre più spesso riciclata, ma il secchiello si trova anche in latta.

Praticità, sostenibilità ed estetica

Tre sono le parole che guidano la progettazione del packaging dei topping per il gelato: praticità, sostenibilità e, in particolar modo per le bottiglie, estetica.
La prima si concretizza in contenitori semplici da aprire e maneggiare, come le bottiglie con tappo flip top, che consente un'agevole fuoriuscita del topping.
La seconda nel crescente utilizzo di plastica riciclata e nel lancio sul mercato di contenitori riutilizzabili dal professionista, comprese le chiusure ermetiche, o di bottiglie con dosatore salvagoccia per evitare sprechi, a vantaggio anche del food cost.
La terza con etichette sleeve, che rivestono su misura l'intera superficie del contenitore, adattandosi alla sua forma, e dalla grafica curata: un binomio che personalizza il prodotto, rendendolo ben riconoscibile anche dal consumatore.

Formati contenuti

Il formato più utilizzato varia a seconda della tipologia di packaging.
Per la bottiglia si predilige la grammatura da 1 kg, in genere disponibile in cartoni da sei pezzi. Per il secchiello, invece, si preferisce quella da 3 kg, che garantisce equilibrio tra praticità di utilizzo ed economicità. In questo caso, i pezzi per cartone variano da uno a tre. ●

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
013706

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE
Fabbri

DOLCESALATO

www.ecostampa.it

CASA OPTIMA

Tradizione all'insegna dei nuovi trend e ampiezza di gamma

Casa Optima è presente nel mercato dei topping per il gelato con i marchi Giuso e MEC3.
Il primo, come da sua tradizione, si basa su ricette storiche, adattate, però, ai trend del momento e alle richieste del mercato. "La nostra linea di topping – afferma **Davide Marcantognini, Senior area manager Giuso Guido** – conta 11 referenze, la cui peculiarità è la presenza di un'elevata percentuale di frutta; i gusti amarena, fragola e lampone, ad esempio, arrivano a superare il 30%".
Tutti i prodotti della gamma sono contenuti in bottiglie da 1 kg con dosatore salvagoccia, per evitare sprechi, e con un'etichetta sleeve, progettata per aderire alla confezione e dalla grafica nuova, studiata per rilanciare tutta l'immagine della linea.
MEC3 propone un'offerta molto ampia, che conta 24 referenze. L'ultimo lancio è al gusto mango, pensato per conferire un sapore fresco ed esotico alle coppe di gelato estive. Fa parte della gamma anche un topping con un'alta percentuale di pasta al pistacchio, pari al 35%. "Oltre a essere perfetto per decorare le coppe gelato – precisa **Angelo De Benedictis, Brand manager MEC3** – è anche molto adatto per essere utilizzato in caffetteria per guarnire le creme fredde".
"Per ridurre al minimo l'impatto ambientale dei nostri packaging – aggiunge – il nostro obiettivo è utilizzare solamente monomateriali perché si prestano a una raccolta differenziata più semplice. Per agevolare il professionista, inoltre, abbiamo inserito una punzonatura strappabile alle etichette che ricoprono le bottiglie dei nostri topping, facilitando così la separazione dei diversi tipi di plastica".

> Le bottiglie dei topping Giuso hanno un'etichetta sleeve che aderisce alla confezione e dalla grafica nuova, studiata per comunicare al meglio i prodotti e rilanciare l'immagine dell'intera linea

Brand	ANSELMI	CRESCO ITALIA	DIA	FABBRI 1905
Prodotto	Anima Florio Variegato	Variegò Fico	Topping Cioccolato	Snackolosi Croccante Amarena Fabbri
Nome Azienda	Disaronno Ingredients	Cresco (Martin Braun Gruppe)	DIA - Distillerie Italiane Aromatici	Fabbri 1905
3 plus	• Frutto del connubio di due importanti famiglie italiane dell'800: Anselmi e Florio • Attenta selezione delle materie prime • Qualità	• 50% di fichi • Morbido e lucido sotto zero • Pronto all'uso e utilizzabile anche in pasticceria	• Cremosità • Gusto intenso • Lucentezza	• Naturalità • Qualità degli ingredienti • Assenza di additivi
Formato	Latta da 3 kg, 1 pezzo per cartone	Secchiello da 3 kg, 2 pezzi per cartone	Bottiglia da 1 kg, 6 pezzi per cartone	Secchiello da 4,2 kg, 3 pezzi per cartone

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
013706
L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE
Fabbri

DOLCESALATO

www.ecostampa.it

GELINOVA GROUP

Una linea di variegati senza zuccheri aggiunti

Da alcuni anni Gelinova Group ha sviluppato una nuova linea di variegati senza zuccheri aggiunti. A presentarla è **Stefano Pillot, Ceo di Gelinova Goup e Founder di Galatea**, brand dell'azienda. "La gamma si compone di gusti semplici, ma molto ricercati, come il mandarino – lanciato di recente – il lampone, l'amarena e l'albicocca. I più venduti sono i variegati al lampone e all'amarena, anche se la delicatezza di quelli al mandarino e all'albicocca suscita nel professionista sempre più interesse, probabilmente per la capacità di consentire numerosi abbinamenti".
"Essere innovativi e pionieri del naturale, con l'obiettivo di offrire al mercato un gelato sempre più buono, più performante e più sano sono i punti cardine della nostra strategia aziendale – continua Pillot –. Quest'anno abbiamo iniziato una campagna di sensibilizzazione dei nostri clienti e della nostra rete commerciale verso la tendenza in atto di un gelato a basso contenuto di calorie. Una buona parte del mercato, infatti, ritiene interessante approcciare questa tipologia di offerta, probabilmente trascinata da una crescente richiesta o sensibilità del consumatore finale".
Gelinova Group produce circa 5 tonnellate di variegati senza zuccheri aggiunti, di cui oltre la metà è venduta sui mercati internazionali, "dove la sensibilità su argomenti come il basso contenuto di zuccheri è decisamente maggiore", sottolinea Pillot. "Il packaging utilizzato per i nostri variegati – conclude – è costituito da plastica perché, ad oggi, non esiste nessun materiale alternativo più sostenibile in grado di assicurare l'integrità del prodotto fino al suo utilizzo nei laboratori di gelateria. I nostri contenitori sono, inoltre, interamente riciclabili e riutilizzabili dal professionista, comprese le chiusure ermetiche".

Stefano Pillot, Ceo di Gelinova Group

	GALATEA	GIUSO	MEC3	PREGEL
Brand				
Prodotto	Variegato Mandarino Senza zuccheri aggiunti	Topping Amarena	Topping Mango	Arabeschi® Pistacchio Rock
Nome Azienda	Gelinova Group	Giuso Guido	MEC3	PreGel
3 plus	• Senza zuccheri aggiunti • Senza coloranti e conservanti • Certificato vegano e senza glutine	• Praticità di utilizzo • Qualità ed elevata percentuale di frutta • Nuova grafica accattivante	• Vegano • Senza glutine • Colore giallo dorato che ricorda atmosfere esotiche	• Colore verde naturale • Con inclusioni di wafer e granella di pistacchi • Ideale abbinato a un gelato alla ricotta
Formato	Secchiello da 3 kg, 2 pezzi per cartone	Bottiglia da 1 kg, 6 pezzi per cartone	Bottiglia da 1 kg, 6 pezzi per cartone	Secchiello da 2,5 kg, 2 pezzi per cartone

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
013706

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE
Fabbri

DOLCESALATO

www.ecostampa.it

DISARONNO INGREDIENTS

Tra reinterpretazioni e nuove consistenze

Lo scorso anno, Disaronno Ingredients ha lanciato, a marchio Prodotti Stella, Fully Fruit, un topping a basso contenuto di zucchero, dalla consistenza molto simile a quella del cremino, ma con la freschezza e la naturalità di un prodotto alla frutta. La novità di quest'anno si chiama, invece, Anima Florio, un topping, a marchio Anselmi, nato per reinterpretare il malaga – un gusto tradizionale italiano –, inserendo tra gli ingredienti un particolare marsala prodotto dalle sue Cantine Florio. "Le referenze ai gusti classici – come cioccolato, nocciola, pistacchio o vaniglia – difficilmente tramontano e sono pertanto le più vedute, ma a noi piace anche sperimentare combinazioni più innovative, giocare sull'abbinamento dolce-salato o mettere insieme, ad esempio, un sapore al latte con un variegato alla frutta", racconta **Marco Casol, Ceo Disaronno Ingredients**.
"I topping sono una categoria di prodotti che sta crescendo molto – sottolinea – e questo deriva anche da un cambiamento importante nel gradimento del consumatore, le cui preferenze per un

Marco Casol, Ceo Disaronno Ingredients

gelato multisensoriale sono in crescita. A giocare un ruolo importante, dunque, non è più solo il gusto, ma anche la capacità di masticare qualcosa; studi recenti, del resto, hanno dimostrato come la masticazione aumenti la percezione del sapore. Per questo la tendenza è quella di decorare il gelato sia internamente, con la cosiddetta variegatura, sia esternamente".

> I grandi classici difficilmente tramontano, ma amiamo sperimentare combinazioni innovative

FABBRI 1905

Snackolosi ora è anche all'Amarena Fabbri

Fabbri 1905 ha arricchito di recente la linea di variegati Snackolosi con una nuova referenza: Snackolosi Croccante Amarena Fabbri, una crema anidra al latte, al gusto di Amarena Fabbri, con il 15% di inclusioni di croccante alla nocciola e alle mandorle e pezzi di amarena.
Per promuoverlo, l'azienda ha lanciato il kit dedicato ai bambini "Salomone, pirata pacioccone", che vede Snackolosi Croccante all'Amarena Fabbri in abbinamento al gelato al cioccolato bianco e al cioccolato al latte, oltre a zainetti colorabili e tattoo di Salomone e della sua ciurma.
Tra gli altri prodotti che fanno parte della gamma Snackolosi ci sono Snackolosi Caramello Crunchy Salato e Snackolosi Choco-Fondente Crunchy Salato, entrambi arricchiti con granelli di zucchero salato.
Per andare incontro alle richieste di chi ama le variegature lisce, infine, Fabbri 1905 ha lanciato la linea Nutty Wow. Le più recenti referenze della gamma sono due, entrambe vegane: Nutty Wow Pistacchio, con il 35% di pistacchio, e Nutty Wow Cioccolato fondente, con il 18% di cacao magro monorigine Ghana.

> Fabbri 1905 ha lanciato un kit dedicato ai bambini per promuovere il nuovo Snackolosi

PREGEL

Nuovi lanci in linea con i trend emergenti

PreGel offre diversi prodotti pensati per variegare e decorare il gelato: i topping in bottiglia, le salse Arabeschi®, sia in bottiglia sia in secchiello, per variegature con gusti alla frutta e non, e i CrumbOlé®, inclusioni che conferiscono croccantezza al gelato e disponibili in vari sapori, molti dei quali senza glutine.
"Per noi – fanno sapere dall'azienda – è importante offrire solo prodotti all'avanguardia che possano aiutare i professionisti ad ampilare la loro offerta con nuovi sapori, ma sempre garantendogli qualità. Per questo ogni anno proponiamo delle novità di prodotto per variegare che rispondono ai trend del mercato, permettendo così ai gelatieri di avere tutti gli strumenti per realizzare sia i gusti di tendenza sia quelli classici".
Cinque i nuovi sapori della gamma Arabeschi® lanciati quest'anno. La novità alla frutta è Arabeschi® Cassis, una salsa realizzata con frutti interi di questa varietà di ribes nero. Le altre sono Arabeschi® Cioccopeanut™, a base di arachidi salate in pezzi, avvolte da una salsa al cioccolato, Arabeschi® Pistacchio Rock, un variegato al pistacchio con croccanti inclusioni di wafer e granella di pistacchi, Arabeschi® Biscotto Dark, una salsa al cioccolato fondente con numerosi pezzetti di frollino al cacao, e Arabeschi® Cookie Dough, per gli amanti del classico impasto grezzo dei cookies americani. PreGel ha ampliato, infine, la linea dei CrumbOlé® con la versione senza glutine dei gusti cacao e limone.

> Il nuovo lancio alla frutta è una salsa con frutti interi di ribes nero. Le altre quattro novità sono rispettivamente a base di arachidi salate, pistacchio, cioccolato fondente e impasto dei cookies

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

013706

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

DOLCESALATO

www.ecostampa.it

CRESCO

Un'offerta per variegare e decorare

Cresco propone una gamma di prodotti in pasta per variegare, disponibili in secchielli da 3 kg, e di topping in bottiglie da 1 kg, tutti a brand Cresco Italia.
I primi si dividono in variegati alla crema e variegati alla frutta. Quelli alla crema contano circa una decina di referenze, tra cui "Variegò Cookie Nereo", con nocciole tostate, pezzi di biscotti croccanti e cacao, "Variegò Nocciolcao", al gusto di gianduia, "Variegò Caramel Salé", con Fluer de Sel de la Camargue e caramello, "Variegò Chocomilky & Cereals", con cinque cereali soffiati e caramellizzati, cioccolato al latte e nocciole, e "Macao Fondente", al gusto di cioccolato e pensato per la preparazione del gelato alla stracciatella, per la copertura croccante di pinguini e come decorazione. Quelli alla frutta sono altrettanti e spaziano da gusti più classici come "Variegò Fragola" e "Variegò Amarena", a gusti più esotici come "Variegò Mango-Maracuja", con mango in pezzi e purea di maracuja, fino a gusti più particolari come "Variegò Yuzu Lemon", "Variegò Fico" e "Variegò Lampone", lanciati quest'anno.
I topping, indicati non solo per la decorazione dei gelati, ma anche per semifreddi e monoporzioni, sono disponibili, invece, nei gusti amarena, cioccolato, caramello, fragola, frutti rossi, miele e acero.
Nell'ambito delle decorazioni, l'azienda propone anche i "Chocookies", biscotti in pezzi al cacao, e "Ciliegie Amarenate", con il 50% di ciliegie candite intere, croccanti e resistenti alla congelazione.

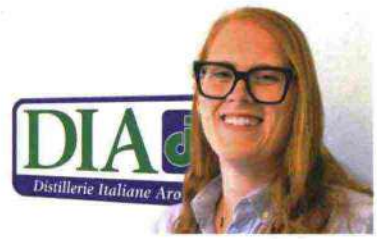
LA VOCE DEL DISTRIBUTORE

Mega Dolciaria è un grossista di prodotti dolciari per la pasticceria e la gelateria. Nel mercato dei topping per il gelato utilizzati per decorare o variegare distribuisce referenze sia a proprio marchio sia a marchio Comprital.
"I prodotti che fanno parte di questa categoria – esordisce **Giovanni Spanedda, Amministratore e Co-fondatore dell'azienda** – sono conservati e stoccati a temperature molto basse, che vanno dai -12°C ai -16°C; per poter rimanere cremosi e morbidi in condizioni così 'estreme', è importante che siano sviluppati con materie prime appositamente selezionate per conferire loro le massime performance".
"Oggi – prosegue – si tende ad utilizzare topping con un'etichetta pulita. Sono inoltre sempre più gradite consistenze differenti, ad esempio inserendo tra gli ingredienti frutta secca, frutta a pezzi o intera".

"Il professionista – aggiunge – seleziona i prodotti anche in base alla loro versatilità di applicazione, con un occhio sempre più attento al mondo delle intolleranze, e soprattutto alla loro qualità. Utilizzare un topping qualitativamente scadente su un gelato o un dessert realizzato con materie prime selezionate non farebbe altro, infatti, che rovinare tutto il lavoro fatto in precedenza".
"Ma il mercato – conclude – oggi chiede anche servizio e i distributori come noi hanno il vantaggio di poter garantire consegne veloci e assortimento".

DIA - DISTILLERIE ITALIANE AROMATICI

Topping alla frutta, cremosi e tailor made



Chiara Pettenon, Sales & Marketing manager DIA

I topping proposti da DIA - Distillerie Italiane Aromatici sono indicati per variegare il gelato, impreziosirne la presentazione in coppa e guarnire semifreddi, yogurt, macedonie e dolci al cucchiaio.
"Quelli alla frutta – racconta **Chiara Pettenon, Sales & Marketing manager dell'azienda** – contengono un'elevata percentuale di frutta raccolta nel pieno della maturazione.
Aspetto vellutato e sapori raffinati caratterizzano i topping cremosi; tra questi, i più apprezzati sono quelli al caffè, al cioccolato e alla nocciola.
I nostri responsabili ricerca e sviluppo sono comunque in grado di offrire anche soluzioni tailor made, con la messa a punto di prodotti dalle consistenze più o meno fluide, privi di semi e polpa di frutta e sviluppati per produzioni specifiche".
Il topping più richiesto è quello all'amarena, ma il più di tendenza è quello al caramello che, in assortimento già da alcuni anni, sta riscontrando un vivo interesse nell'ultimo periodo".
Tutti i prodotti della gamma proposta dall'azienda sono confezionati in bottiglie in polietilene maneggevoli e con tappo flip top, che consente una facile fuoriuscita del topping con una leggera pressione del flacone.
Il mercato di riferimento è soprattutto quello italiano, dove DIA - Distillerie Italiane Aromatici ha riscontrato un interesse crescente per i topping.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
013706

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE
Fabbri