



Terra Gelato apre da Eataly Milano Smeraldo: l'AI applicata all'artigianalità

Dall'unione tra tradizione italiana e tecnologia nasce il progetto di Gianfranco Sampò: un gelato artigianale, etico e sostenibile, pronto a conquistare il mondo con autenticità. Ora anche da Eataly Smeraldo a Milano

Può un algoritmo contribuire alla nascita di un buon gelato? Per **Terra Gelato**, la risposta è sì. Nato a Milano nel 2018 da un'idea di **Gianfranco Sampò**, il brand premiato con i Tre Coni del Gambero Rosso ha rivoluzionato il concetto di gelato artigianale, fondendo saperi tradizionali e innovazione tecnologica in un equilibrio virtuoso.



Il nuovo punto vendita (Foto © Ufficio stampa).

Le origini di Terra Gelato: gusto e italianità

Alla base di tutto, un **approccio etico e sostenibile** che si riflette già nel nome, **Terra**, come richiamo alla natura e a un futuro più consapevole, per l'ambiente e per le persone. Ne abbiamo parlato con il fondatore **Gianfranco Sampò**, nel nuovo negozio milanese di Terra Gelato all'interno di Eataly Smeraldo: un luogo dove il gelato non è solo un prodotto, ma un'esperienza che unisce innovazione, sostenibilità e cultura del gusto.

«Terra nasce un po' come sintesi della mia storia professionale – spiega **Gianfranco Sampò** – Ho sempre lavorato nel mondo dell'impresa, aiutando aziende familiari in momenti di passaggio: capivo i processi, valutavo se c'erano margini per innovare e rilanciare, e spesso portavo all'interno strumenti digitali per accelerare il cambiamento. Nel 2000 ho fondato una piattaforma dedicata al mondo del lavoro, che poi ho venduto nel 2002. Da lì ho continuato a portare la digitalizzazione dentro le aziende, soprattutto italiane, aiutandole a crescere a livello globale. Intanto viaggiavo molto. Visitavo università, parlavo con imprenditori, assaggiavo cucine».



Gianfranco Sampò (Foto © Ufficio stampa).

Il fondatore di Terra Gelato prosegue:

«Il gelato è sempre stato una mia grande passione e una cosa mi colpiva ovunque andassi: nel mondo tutti parlano di gelato italiano, ma spesso si tratta di un'italianità di facciata. Dietro ci sono prodotti standardizzati, anche mediocri, e poche vere catene che rappresentano la nostra eccellenza. Quando ho concluso la mia ultima esperienza come consulente, ho deciso di creare qualcosa di mio. Un progetto che fosse la sintesi di tutto quello che avevo imparato e amato. Un amico mi parlò del gelato e così, quasi per sfida, ho iniziato a studiarlo sul serio: ho girato l'Italia, partecipato a fiere di settore, incontrato artigiani. Mi sono accorto che, mentre cucina, pasticceria e persino la pizza, avevano attraversato vere rivoluzioni nei processi produttivi e nell'immagine, la gelateria era rimasta ferma agli anni '70.».

Prende il via così l'avventura di Terra Gelato:

«Volevo creare un brand che mettesse al centro l'italianità vera, con un prodotto eccezionale, fatto con materie prime di altissima qualità e una tecnica produttiva all'avanguardia, ma fedele alla miglior tradizione artigianale – spiega l'imprenditore – Un gelato costruito su misura, gusto per gusto, calibrando ogni ingrediente, esattamente come fa un vero artigiano. Insieme al maestro gelatiere Massimo Grosso,

abbiamo aperto il primo punto vendita in via Vitruvio 38, a Milano, e da lì è partito tutto. Abbiamo cercato produttori locali, come quello nelle Langhe da cui prendiamo le nocciole, e abbiamo costruito con loro un rapporto stabile, fondato sulla qualità e la condivisione dei nostri valori. Terra è questo: un progetto che unisce esperienza imprenditoriale, amore per il gelato e voglia di innovare, senza mai perdere di vista il gusto, l'etica e la bellezza del fare bene le cose.»



Alcuni gusti di Terra Gelato da Eataly Milano (Foto © Sara Panizzon).

Il Metodo Terra: la tecnologia applicata al gelato artigianale

Terra Gelato, infatti, ha scelto **pratiche responsabili** in laboratorio e nei punti vendita, adottando tecnologie per il riciclo dell'acqua, fonti di energia rinnovabile e un packaging eco-friendly. Le materie prime provengono da filiere attente alla qualità e al benessere dei lavoratori, mentre le gelaterie di Milano e Roma sono progettate come vere oasi urbane, accoglienti e multisensoriali, dominate dal verde-blu che firma l'identità visiva del brand.

Il cuore della rivoluzione, però, è il **Metodo Terra**: un modello produttivo ibrido che introduce nella filiera artigianale strumenti avanzati mutuati dal mondo industriale e persino dall'**intelligenza artificiale**, senza mai perdere di vista la qualità del prodotto e la centralità del gusto.

«Abbiamo introdotto una pesa automatica che dosa tutti gli ingredienti con precisione

assoluta – spiega il fondatore – Si digita la ricetta e il sistema prepara il secchio con le quantità esatte per quel gusto.»

La tecnologia è stata sviluppata nel tempo e integrata con un **sistema gestionale avanzato**. Una scelta che ha permesso di ridurre gli errori, migliorare l'efficienza e garantire costanza.

«Grazie all'automazione, ogni preparazione è bilanciata alla perfezione e, mentre la macchina lavora, si possono svolgere altre attività in laboratorio. In più, la ricetta resta memorizzata nel sistema: è replicabile ovunque – prosegue Sampò – Abbiamo costruito un sistema che collega tutto: dalla vendita alle scorte, fino alla produzione. Ogni pesata diventa un lotto, ogni lotto si trasforma in vaschette, ognuna con un suo codice a barre. Così sappiamo sempre quando è stata prodotta, da chi, quando scade e quando entra nel punto vendita.» Un livello di tracciabilità pensato non solo per la qualità, ma anche per scalare il modello. «Tutto questo ci consente di replicare la qualità in ogni punto vendita- spiega Sampò- Abbiamo aperto un negozio anche a Roma, completamente identico al primo, con una seconda macchina di produzione e un laboratorio centralizzato. Così, portiamo il gelato pronto e perfetto ovunque.»



«Grazie all'automazione, ogni preparazione è bilanciata alla perfezione», spiega Sampò (Foto © Sara Panizzon).

Intelligenza artificiale e dati al servizio del gusto

Terra guarda al futuro anche attraverso l'intelligenza artificiale.

«Stiamo lavorando con l'AI per ottimizzare ancora di più il nostro processo produttivo – prosegue Sampò – Vogliamo intercettare i gusti del pubblico, che cambiano da città a città, da negozio a negozio. A Eataty Milano, ad esempio, uno dei gusti più venduti è il sesamo nero con composta di lamponi: non succede da nessun'altra parte.»

E qui entra in gioco il potenziale dei dati.

«A differenza di chi si basa sull'intuito o sulle vendite generiche, noi sappiamo esattamente quante vaschette vanno nei vari banchi e in quali contesti. Non si tratta solo di capire cosa piace, ma anche dove piace.»

Terra, infatti, ha sperimentato l'uso dell'AI anche nella creazione di nuovi gusti.

«Abbiamo dato all'intelligenza artificiale i parametri dei nostri gelati e le nostre caratteristiche qualitative. Lei ci ha restituito delle potenziali ricette. Ne abbiamo selezionate alcune, le abbiamo bilanciate e testate: non ha fatto tutto l'AI, ma ci ha aperto un nuovo fronte di ispirazione.»

Ne sono nati gusti come *AI Terra* con cioccolato bianco, salsa balsamica ai frutti di bosco e pepe caramellato. L'obiettivo è chiaro: **migliorare l'efficienza e ridurre gli sprechi**, ottimizzando produzione e logistica.

«L'AI ci permette anche di prevedere la domanda: analizza lo storico delle vendite, tiene conto degli eventi in città, delle condizioni meteo, delle festività. Ci suggerisce cosa produrre per rispondere al meglio alla richiesta.»

Alla domanda su come venga preservata la componente umana nel processo altamente tecnologico, Gianfranco Sampò risponde così:

«Il gusto resta sempre una questione soggettiva, e questa è la sfida più bella. La tecnologia ci aiuta, ma non può sostituire del tutto l'intuito, l'esperienza e la sensibilità umana.»



Un vasto assortimento per soddisfare ogni preferenza (Foto © Sara Panizzon).

Anche nel gelato, infatti, esistono gusti classici intramontabili e tendenze in continua evoluzione.

«Abbiamo i grandi classici – nocciola, pistacchio, stracciatella, gianduia – ma poi c'è tutto un mondo in trasformazione. Cresce l'interesse verso gusti adatti a intolleranti al lattosio o a chi segue diete vegane. Oggi la richiesta è molto più alta rispetto a qualche anno fa: non bastano più il mango o il limone, serve un'offerta ampia, buona e interessante anche senza latte.»

La consapevolezza alimentare del pubblico, secondo Sampò, ha alzato l'asticella.

«Le persone si aspettano che i gusti vegani o senza latte siano golosi e creativi quanto quelli tradizionali. Noi lavoriamo per soddisfare questa aspettativa con ingredienti senza compromessi: niente grassi idrogenati, niente prodotti industriali.»

Gusti su misura: il gelato che parla lingue diverse

Il fondatore di Terra Gelato racconta anche come vengono intercettate le “mode del gusto”.

«Un esempio recente? Il *Dubai Chocolate*. Improvvisamente è diventato un gusto

richiesto, chiacchierato. Con **Massimo Grosso**, il nostro gelatiere, l'abbiamo notato, lo abbiamo verificato con le ricerche e con l'Al, poi l'abbiamo studiato, bilanciato, testato e lanciato. Ed è esploso.»



Il maestro gelatiere Massimo Grosso (Foto © Ufficio stampa).

Ogni nuovo gusto di Terra Gelato, infatti, nasce da un lavoro minuzioso.

«Facciamo moltissime prove: sul sapore, sulla struttura, sulla pulizia della ricetta. Ci mettiamo tempo e cura, perché ogni ingrediente, anche un semplice topping, deve essere all'altezza. Fare qualità significa essere coerenti in ogni singolo dettaglio.»

Sampò spiega anche come Terra stia costruendo un'offerta capace di dialogare con pubblici molto diversi tra loro.

«Lavoriamo per categorie. C'è il pubblico turistico, che apprezza la leggerezza del nostro gelato: usiamo solo il 14% di zuccheri aggiunti, ed è un valore molto amato in particolare dal pubblico orientale, giapponese e cinese. Per loro, ad esempio, creiamo gusti con note acide come castagna, lampone, ribes, agrumi.»

Un altro **segmento importante è quello anglosassone.**

«Quest'anno abbiamo avuto molti americani nei nostri punti vendita. Per loro abbiamo creato la stracciatella di burro d'arachidi: un gusto ricco, appagante, non certo leggero, ma fatto con burro d'arachidi naturale e cioccolato fondente, sempre coerente con la nostra filosofia.»

Alcune proposte, nate per un target specifico, finiscono poi per piacere a un pubblico molto più ampio.

«È il bello di questo lavoro: puoi costruire un gusto per i vegani o per chi va in palestra, ma poi conquista anche chi non appartiene a quel segmento. Per esempio, stiamo lavorando su gusti ad alto contenuto proteico, perché il filone salutista è in fortissima crescita.»



Vaschetta alle creme vegane (Foto © Ufficio stampa).

Per concludere, Sampò riflette sul legame tra dati e intuizione:

«La tecnologia ci aiuta a capire cosa funziona, dove e per chi, ma alla fine serve anche l'occhio, la cultura del cibo, la curiosità di ascoltare il cliente e interpretarne i desideri.»

Il valore del ricordo nella vaschetta perfetta: delivery, packaging e design

L'esperienza della gelateria, infatti, si è arricchita con l'**app Terra**, che porta il gelato a casa con un servizio delivery e vaschette 100% compostabili. A completare il rituale, il **cucchiaino di design**, in ceramica smaltata, che trasforma ogni assaggio in un piccolo rito contemporaneo.



Vaschetta 100% compostabile, selezione 6 gusti (Foto © Ufficio stampa).

«Nella mia vaschetta non manca mai la nocciola – spiega il fondatore – Lo dico sempre, e magari sembra strano, ma per me è proprio un gusto legato alle radici. Sono nato a Torino, mamma napoletana e papà delle Langhe. A settembre si andava dallo zio a raccogliere le nocciole, una per una, in ginocchio. Da bambino non lo amavo particolarmente, ma oggi sento che quel gesto ha creato un legame profondo con la terra. Poi c'è il pistacchio, che amo per ragioni completamente diverse. La mia coppetta ideale? Nocciola, gianduia e pistacchio.»



Vaschette plastic free (Foto © Ufficio stampa).

L'imprenditore prosegue spiegando che:

«Negli anni abbiamo lavorato anche su altri gusti iconici, come il tiramisù, ma l'abbiamo voluto fare a modo nostro: un gelato al mascarpone, con pan di Spagna imbevuto nel caffè, cacao, strati che si ricompongono in bocca come un vero tiramisù. Il mascarpone lo facciamo con il latte di fieno, quello vero, che arriva da mucche che vivono a 1500 metri e mangiano solo erba. Un latte che ha un sapore diverso, più autentico, più pulito. Ognuno di noi ha una biblioteca emotiva legata al cibo. Una crema pasticcera fatta da una mamma, una pappa cucinata dalla nonna. Noi cerchiamo di portare quei ricordi nella nostra vetrina, ogni giorno».

Il **concept della pausa felice** nasce proprio da questo sentimento di piacere intimo e soggettivo che il gelato genera in ognuno di noi:

«Il gelato che arriva a casa non è solo cibo, è un gesto. È la voglia di regalarsi un momento di piacere. Durante il lockdown ho capito che dovevamo cambiare tutto. Ci siamo buttati nel delivery con coraggio, separando produzione e vendita. Quel gesto ci ha salvato- spiega Sampò- Da lì, abbiamo imparato tantissimo: che il gelato è spesso una voglia dell'ultimo secondo, che il packaging deve essere bello, che le vaschette di polistirolo non raccontano nulla. Così siamo passati a quelle in cartone compostabile,

color avana, come la nostra palette naturale. Abbiamo creato delle 'selezioni', con gusti abbinati, decorati, raccontati attraverso un foglio che li accompagna, per trasformare la vaschetta in un momento di degustazione. Poi abbiamo pensato al cucchiaino. Doveva essere bello, caldo, funzionale. Lo abbiamo disegnato insieme a un designer, e stiamo già lavorando alla sua evoluzione. Il gelato, per me, è un rituale. Un momento intimo e condiviso, un ricordo e una scoperta».



Gianfranco Sampò dietro il bancone (Foto © Sara Panizzon).

Un futuro artigianale da costruire anche insieme a Eataly

Oggi più che mai, nel lavoro quotidiano di Terra, al centro c'è la persona. Non solo quella che consuma un gelato, ma chi lo racconta, lo serve, lo vive nel rapporto diretto con il cliente. Una relazione fatta di gesti, attenzione, cura.

«Possiamo servire anche il miglior gelato del mondo, ma se lo porgiamo con disattenzione o dentro una relazione sbagliata, perdiamo tutto», sottolinea con convinzione Sampò.

È da questo sguardo che nasce anche la riflessione sull'ingresso di Terra all'interno di Eataly. Un'opportunità importante, ma anche una sfida complessa, fatta di equilibri da trovare e identità da rispettare.

«Eataly ha un suo percorso, una sua visione, e noi abbiamo la nostra. Il punto non è adeguarsi, ma capire se possiamo costruire insieme qualcosa di compatibile, mantenendo intatta la nostra idea di qualità. È un esperimento importante, ma ancora agli inizi.»

L'obiettivo? Portare in giro per il mondo un gelato davvero artigianale, senza scorciatoie industriali, senza compromessi.

«Io non voglio fare quello che hanno già fatto altri, con le basi pronte o i surgelati – prosegue Sampò – Voglio vedere se possiamo fare davvero qualcosa di diverso, insieme. Ma non si può correre: la qualità ha bisogno dei suoi tempi.»



«Non si può correre: la qualità ha bisogno dei suoi tempi», dice il fondatore di Terra Gelato (Foto © Ufficio stampa).

Inoltre serve anche consapevolezza da parte del pubblico.

«Abbiamo costruito un sistema che ha bisogno di essere visto, capito, percepito. Non basta esserci: serve che le persone riconoscano il nostro valore. Questo è un lavoro che richiede tempo, spazio, volumi e posizioni strategiche.»

Il futuro di Terra non si giocherà solo sulla bontà del prodotto, ma sulla capacità di **mantenere una visione artigianale autentica**, anche in contesti nuovi e complessi come quello della grande distribuzione del gusto.

«Io non transigo sulla qualità e per tenere insieme artigianalità e ambizione ci vogliono visione, pazienza e un passo coerente con la maturazione dei processi. – conclude Sampò – Perché alla fine, questo lavoro, è fatto dalle persone.»

TERRA GELATO C/O EATALY MILANO SMERALDO

Piazza XXV Aprile, 10 – Milano

www.terragelato.it

Data di creazione

22/07/2025

Autore

sara-panizzon