Made in Italy: le gelaterie Versace puntano alle 150 aperture in 4 anni

stefano-versace-low-127e592f

Gli americani amano la cucina Made in Italy, si sa. Da qualche anno però anche il gelato italiano è in vetta ai gusti degli statunitensi. Uno dei protagonisti di questo trend è **Stefano Versace**, fondatore di **Stefano Versace - Gelateria Italiana & Gourmet**, che ha cavalcato l'amore del popolo americano nei confronti di tutto ciò che è tricolore e ne ha fatto un business di enorme successo.

Nel corso degli anni il brand 'Versace' si è fatto strada a partire dalla **Florida**. L'imprenditore ha aperto **oltre 20 gelaterie dal 2013 a oggi** e il numero è destinato a crescere ancora, fino a raggiungere quota 30 entro la fine dell'anno. Il fatturato del 2016 si aggira sui 2 milioni di dollari, con una previsione di 7 milioni per fine 2017 e che sfiorerà i 20 milioni nel 2018 Dopo la Florida, è stata la volta di **Pennsylvania, Georgia, New Jersey e Virginia** (Apple Blossom – Virginia, OxfordValley – Pennsylvania, Springfield – Pennsylvania, King Of Prussia – Pennsylvania, Philadelphia Mills – Pennsylvania). Le nuove aperture hanno visto l'ingresso di 5 nuovi manager e di una trentina di impiegati addetti al servizio. Le prossime aperture, a partire da settembre, toccheranno nuovamente il **New Jersey, Texas, Washington DC, Maryland e New England** e i dipendenti toccheranno quota 150 in tutto.

"Le location vengono scelte molto accuratamente sulla base della posizione, della media di visitatori annua e del target. Il **King of Prussia**, nell'omonima cittadina della contea di Montgomery, a 32 chilometri da Philadelphia, conta circa 26 milioni di visitatori l'anno ed è il più grande d'America. Ha oltre 500 negozi molti dei quali aprono più di una location per le dimensioni straordinarie del mall stesso (grande come 600 campi da calcio!!!), un mall che dà lavoro a 7000 persone e che fattura 1.1 miliardi dollari all'anno", dichiara Versace.

Se nel 2009 il fatturato del gelato negli Usa era 'solo' di 8 milioni di dollari, oggi **il mercato è in netta crescita con 214 milioni di dollari nel 2016**. Il successo di questo business in grande espansione è dovuto a molte ragioni, non ultime quelle legate alla dieta e ai benefici per la salute: alcuni ingredienti

infatti avrebbero addirittura proprietà anti cancerogene, pensiamo ad esempio alla Guanabana, uno dei gusti in assoluto più sani nel mercato del gelato e con meno calorie, solo 100 per 100 grammi.

Quel che è certo è che il gelato sta letteralmente spodestando il 'cugino' ice-cream in America, spiega Versace: «Noi puntiamo molto sull'italianità, garanzia di qualità per il pubblico americano. **Gelato non è la traduzione di ice cream: sono due prodotti diversi**. Nell'ice cream c'è il 50% di aria e il 30% di panna o burro. Nel gelato l'aria non supera il 10% quindi il gusto è più intenso e la parte grassa non eccede il 7%, quindi ha meno calorie».

A questo si aggiunge la qualità artigianale e la scelta di utilizzare solo ingredienti naturali, che ha portato Versace a vincere il Gelato World Tour 2014 ad Austin in Texas, diventando ufficialmente il **miglior gelato degli Stati Uniti**. Qualità ma anche originalità, basti pensare che Versace ha introdotto da subito gusti inusuali per il mercato di appartenenza. L'ultima novità porta un nome evocativo: 'Italico'. I tre nuovi ingredienti, "Ricotta Cheese", "Villapiana figs" e "Torcolato di Breganze" sono un'esclusiva delle Gelaterie Versace, le uniche a vendere in America un prodotto nato da una collaborazione a sei mani tra **Francesco Dioletta**, maestro gelatiere della Gelateria Duomo dell'Aquila e i colleghi **Davide De Stefano**, della gelateria Cesare di Reggio Calabria, **Guido Zandonà** di Ciokkolatte di Padova, insieme al Maestro **Gaetano Vincenzi**, della gelateria Barbarossa di Villa Piana Cosenza. Nelle intenzioni dei creatori, l'Italico riunisce l'intero territorio nazionale italiano, coniugandone tipicità e sapori. "È per questo che ho deciso di portarlo nelle mie gelaterie: Italico rappresenta le eccellenze del mio Paese e l'esclusività di prodotti di altissima qualità, molto ambiti in tutto il mondo".