



http://www.agi.it/economia/2017/05/23/news/gelato_in_usa_piace_quello_italiano_25_che_batte_ice-cream-1806042/

agi.it
Menu
14:56
IN EVIDENZA *Tragedia al Rally Città di Torino: bimbo di 6 anni trav...*
Nuovo su AGI
10
Q

ECONOMIA

Gelato: in Usa piace quello italiano (+25%) che batte ice-cream

SHARE: [f SHARE](#) [TWEET](#)

(AGI) - Roma, 23 mag. - Il gelato made in Italy cresce negli Usa con corposio +25% e batte ice-cream locale.

E' quanto emerge da una valutazione dei dati macro presentati dalla Nielsen che mette a fuoco i trend del largo consumo.

Il gelato inoltre e' indipendente dalla stagionalita' e non influenzato dalle condizioni climatiche: secondo i numeri, il consumo di gelato durante i mesi estivi e' tipico dei Paesi dell'Europa del Sud. "Mentre in Italia il 70% del gelato viene consumato d'estate e il restante 30% nelle altre stagioni, negli Stati Uniti il 65% del gelato e dell'ice-cream si mangiano in stagioni diverse dall'estate", spiega Stefano Versace, fondatore di Stefano Versace - Gelateria Italiana & Gourmet, catena di gelaterie con una ventina di punti vendita aperti ed in apertura nel 2017 in cinque Stati USA, da Miami a Philadelphia.



Bepanthenol

La linea di prodotti per la pelle di tutta la famiglia.

Scopri di più su 4mums.it

VIDEO NEWS

Le sfide del G7 e l'addio a Laura Biagiotti. Il 26 maggio in 100 secondi



(AGI) - Roma, 23 mag. - Il gelato made in Italy cresce negli Usa con corposio +25% e batte ice-cream locale.

E' quanto emerge da una valutazione dei dati macro presentati dalla Nielsen che mette a fuoco i trend del largo consumo.

Il gelato inoltre e' indipendente dalla stagionalita' e non influenzato dalle condizioni climatiche: secondo i numeri, il consumo di gelato durante i mesi estivi e' tipico dei Paesi dell'Europa del Sud. "Mentre in Italia il 70% del gelato viene consumato d'estate e il restante 30% nelle altre stagioni, negli Stati Uniti il 65% del gelato e dell'ice-cream si mangiano in stagioni diverse dall'estate", spiega Stefano Versace, fondatore di Stefano Versace - Gelateria Italiana & Gourmet, catena di gelaterie con una ventina di punti vendita aperti ed in apertura nel 2017 in cinque Stati USA, da Miami a Philadelphia.

Cio' che e' evidente e' che il gelato italiano negli USA funziona: "Le persone viaggiano e hanno la possibilita' di provare diversi tipi di cucine internazionali. Quando tornano vanno alla ricerca di quel piacere che hanno sperimentato altrove, desiderano ripetere l'esperienza. Il gelato, per varieta' dell'offerta nei gusti, equilibrio dei fattori nutrizionali e 'fascino esotico' e' un mix perfetto che molti americani si concedono sempre piu' volentieri, anche per respirare la tipica atmosfera di una gelateria italiana", aggiunge Versace.

Risulta chiaro che il gelato sta letteralmente spodestando il 'cugino' ice-cream in America: dai dati emerge infatti che il consumo di gelato e' quasi raddoppiato ogni anno dal 2009 e il 2014, per un totale di 214 milioni di dollari di prodotto venduto nel solo 2014. Il mercato americano e' il piu' grande al mondo per consumo di gelato artigianale e ice-cream. E' importante sottolineare come, sebbene il gelato sia il segmento piu' piccolo del mercato dei dessert, e' anche quello con crescita piu' veloce rispetto all'ice-cream (214 milioni di dollari di gelato venduti nel 2014, contro i 6 miliardi dell'ice-cream). "La differenza tra gelato e ice-cream e' fondamentale e non tutti la conoscono: l'ice-cream e' composto, infatti, fra le altre cose, da coloranti artificiali, aromi artificiali e conservanti. Il gelato ha ingredienti naturali al 100% e un gusto diverso anche grazie alla differenza di temperatura (- 20 per l'ice-cream, -12 per il gelato). Altra grande differenza e' la quantita' di grasso (fino al 30% nell'ice-cream, solo il 7% nel gelato) e l'overrun, cioe' l'aria incorporata nel prodotto (50% nell'ice-cream, solo il 10% nel gelato)". Ma la scelta di sbarcare negli Stati Uniti con un prodotto cosi' tipicamente italiano non e' certo stata casuale. E' lo stesso Versace a spiegarla: "La decisione di avviare la mia attivita' imprenditoriale negli USA e' stata la conseguenza di diversi fattori: i numeri, la facilita' di fare impresa e la possibilita' di garantire un futuro di un certo tipo ai miei figli".(AGI)