

**STATES: Miami**

# “Gelaterie Italiane



**M**iami, 3 febbraio. Ora locale: 1 pm. Temperatura: 25°C. Nel Bel Paese invece sono le cinque del pomeriggio e fuori c'è un gran nebbione. È qui che mi trovo mentre intervisto Stefano Versace via Skype. Dal tono della conversazione scopro che è una persona molto disponibile e garbata. Così, quando mi congedo dopo aver ascoltato il suo incredibile percorso, è una bella sensazione di ottimismo quella che mi resta addosso. Mi sforzo di ricordare l'ultima volta che udendo qualcuno parlare del proprio lavoro mi sono sentita così, ma non ci riesco. Quella tra il gelato e l'esperto di finanza applicata all'economia reale, è una storia da scrivere come si deve.

# *& Gourmet”*

E per farlo, vale la pena lasciar “cantare” i numeri: 17 gelaterie negli Stati Uniti (che entro la fine dell’anno diventeranno 20); dai 400 mila al milione di dollari di ricavati su media annua; tre premi vinti, tra i più prestigiosi nel settore; due figli piccoli già trilingue; e una, unica e adorata moglie, Carolina.

Sì, quella che vi racconto è la storia del sogno americano. Dalla matematica alla geografia senza soluzione di continuità. Stefano, che ha solo 41 anni (ma lui dice 21 più 20 di esperienza, ndr), è nato a Milano da genitori calabro-pu-

gliesi e nonni liguri, è cresciuto nelle Marche, ha vissuto a lungo in Venezuela, è tornato a Urbino e ora risiede a Miami. È qui che nel novembre del 2013 ha lanciato il brand **Stefano Versace Gelaterie Italiane & Gourmet**,

che attualmente rappresenta una delle realtà più vivaci nel microcosmo gelatiero degli States.

Ma facciamo un passo indietro. Stefano Versace ha alle spalle una lunga carriera da agente e broker assicurativo, ▶

## STATES: Miami

che l'ha portato a occupare la massima poltrona presso un'importante compagnia in Venezuela. Un lavoro che implica la produzione di qualcosa che non si possa concretamente toccare, però, non è mai stato davvero per lui. *“Non ero del tutto soddisfatto, ma ho continuato in questo mondo sino a quando la situazione economica l'ha reso possibile – ammette –.*

*Poi mi sono deciso a mollarlo, sono tornato in Italia e mi sono lanciato nel food, aprendo un ristorante a Urbino”.*

In patria Stefano ci torna quindi da imprenditore e ritrova quella tarantella amministrativa che aveva quasi scordato. Ma tasse da incubo e noie burocratiche a parte, il suo ristorante va bene e tutto procede per il meglio, almeno sino al suo giovedì nero, quello della svolta: *“Non dimenticherò mai quella sera, mi è stata fatta una multa da 500 euro perché nel locale mancava il cartello sul divieto di fumo. Mi sono lamentato: la somma non era altissima, ma con tutte le difficoltà che c'erano mi pareva comunque assurdo pagarla. Quando dalle autorità competenti mi è stata espressa solidarietà e risposto che loro qualcosa dovevano pur fare, non ho più avuto dubbi: questo Stato mi aveva stufato. Sono tornato a casa da mia moglie e le ho detto: Carolina, partiamo”.*

E così Stefano, che ha sempre avuto un debole per il gelato, sbarca a Miami per dare un'occasione alla sua idea. Ingenuamente mi viene da chiedergli se avesse avuto già degli agganci, in America. Lui si arrabbia molto: *“Agganci... Agganci è una parola che odio! È una parola estremamente italiana.*



*Non avevo nessun tipo di aggancio. Il bello degli Stati Uniti è che sono un paese meritocratico, che non guarda in faccia a nessuno. Puoi essere il figlio di chi vuoi, ma se non sei bravo vai a casa”.*

I primi tempi nella terra delle opportunità sono concitati. Stefano si rivolge a tutti i professionisti che può raggiungere: *“Ho chiesto ai più bravi, ma molti sentendomi parlare si sono messi a ridere. Gli unici che sono rimasti seri sono stati Carpigiani, Bravo e Mec3, che non a caso oggi sono i miei partner”.* È il 16 novembre del 2013

quando il suo negozio può finalmente aprire. Siamo all'interno del Miami International Mall: si tratta di uno dei più prestigiosi centri commerciali della città, in zona aeroportuale. Per intenderci, di fronte alla gelateria di Stefano c'è il Disney Store più redditizio dell'intera Florida.

*“Non mi vergogno a dire che ho aperto questo negozio con i soldi contati. Quella mattina in cassa c'erano 133 dollari, sufficienti nemmeno per la cena.*

*Era tutto quello che mi era rimasto, mi viene la pelle d'oca solo a pensarci. Fortunatamente riuscimmo ad aprire quel*

## “Gelaterie Italiane & Gourmet”



*16 di novembre, perché se solo l'avessimo fatto con un paio di giorni di ritardo saremmo stati fregati. La prima giornata andò oltre ogni più rosea aspettativa: 1300 dollari d'incasso e sì, siamo andati fuori a cena". Da qui la strada è tutta in discesa. Nel giro di un triennio il brand mette in piedi un impero. 17 inaugurazioni (di cui cinque entro giugno 2017 nel nuovo Cluster di Philadelphia), toccando gli stati di Florida, Georgia, Pennsylvania e Virginia. E l'obiettivo di arrivare a cento nei prossimi quattro anni.*

Inaugurare l'epoca del gelato artigianale in una terra dove ancora tutti capiscono solo di Ice Cream è stata l'intuizione che ha fatto di Stefano il nuovo Colombo. E che gli ha cambiato drasticamente la vita. Due le variabili che risolvono l'equazione del suo successo: la collaborazione con



realtà professionali leader nel settore e l'impiego di materie prime di grande qualità.

Non tutti sanno, infatti, che tra gelato artigianale e Ice Cream sussistono delle differenze cruciali. Il primo, che nell'era del capitalismo più maturo è sopravvissuto al destino di pizza e

“parmegiano”, rimanendo l'unico prodotto ancora italiano al 100%, è realizzato senza l'impiego di conservanti, coloranti e aromi artificiali, elementi essenziali, invece, nella produzione della sua controparte d'oltreoceano. Diverse anche le temperature, la quantità di grasso e l'overrun, ▶

## “Gelaterie Italiane & Gourmet”

ossia la percentuale di aria incorporata dal prodotto. Per questo motivo, ogni mattina, i professionisti gelatieri di Versace impiegano solo materie prime a denominazione controllata e protetta, rigorosamente provenienti dall'Italia: dalla nocciola del Piemonte al pistacchio puro di Sicilia, dalla mandorla alla vaniglia biologica, ai limoni e molto altro. Solo zucchero, panna e latte sono made in USA, ma del resto i latticini sono prodotti da impiegare freschissimi. E l'eccellenza delle vacche americane, a livello mondiale, è seconda solo a quella delle vacche dolomitiche.

Percepito come più buono e sano rispetto all'Ice Cream, nel giro di due anni il gelato artigianale è riuscito a imporsi come standard qualitativo nell'immaginario di un intero popolo.

Ma l'innovazione, in questo caso, non passa solo attraverso la semplice esportazione di un prodotto che nell'economia a stelle e strisce si è già tradotto in un segmento di mercato dalla crescita impressionante.

Il successo dell'imprenditore italiano si fonda anche su una filosofia aziendale che, per la prima volta, ha saputo ribaltare il paradigma secondo il quale aderire a un format è sempre sinonimo di abbattimento del livello qualitativo. “Un franchising, certo, un sistema meccanizzato, ma che si fonda sulla qualità. Siamo i primi a non affidare la gestione a terzi. Chi sposa il nostro progetto paga solo ed esclusivamente la gelateria e ne diviene proprietario al 50%, mentre i costi amministrativi restano alla casa madre. Un bel vantaggio, insomma. Per di più si tratta di un investimento che per gli italiani comporta l'otteni-



mento del visto di permanenza negli States per tutta la famiglia”. Un'opportunità reale per chi, in cerca di soddisfazioni, è disposto a cambiare vita. Clima mite dodici mesi all'anno e un'economia frizzante fondata su un turismo che parla tutte le lingue del mondo.

La Florida aspetta quanti avranno il coraggio di raggiungerla, promette Stefano. Lui questo coraggio l'ha avuto: “Sono finalmente riuscito a creare qualcosa che resterà. E ho realizzato il mio intento: abbattere il vecchio principio economico fondato sul barattare il proprio tempo per ottenere dei soldi. Per quanto mi riguarda il successo è solo il superamento di fallimenti e di errori. Uno di questi è stato affidare il mio brand a investitori inesperti, ragione che mi ha portato a cambiare rotta e a scegliere solo investitori puri (non operativi), mantenendo per noi la gestione diretta del singolo store. In tutto questo ho avuto il miracolo di avere accanto una moglie tosta, che mi ha seguito con fiducia in giro per il mondo, incoraggiandomi sempre.

Lei è stata ed è il fulcro di ogni

mia mossa, ma a parte questa grande fortuna, non sono un eletto. La possibilità esiste per tutti. Solo che la mente umana è troppo abituata a ragionare trovando delle scuse. Qualche tempo fa mi è capitato di tornare a Urbino. Ho incontrato un amico per strada, un vigile urbano. Mi ha fatto i complimenti, diceva che ero un idolo e che anche a lui sarebbe piaciuto provarci. Quando gli ho detto che avrebbe potuto farlo, mi ha risposto che purtroppo aveva i figli piccoli.

Duecento metri dopo mi imbatto in un altro vecchio amico, un professore universitario: stesso scambio di battute, ma alla fine lui lamenta di avere i figli grandi. Penso: e perché non ve li scambiate? Serve solo il coraggio di fare: una volta qui, le scuse si azzerano”.

Del resto, come con altrettanta semplicità suggerisce lo slogan del brand, cosa rende più felici di un buon gelato? Come dargli torto. E allora, Dio benedica l'America, per carità, ma benedica anche il gelato italiano.

Alessandra Donadoni