

**notizie.it**<http://www.notizie.it/stefano-versace-american-ice-dream/>

## Stefano Versace racconta la sua idea d'impresa: "American ice-dream"

📅 12 settembre 2017 👤 di Redazione Notizie.it ⌚ Tempo di lettura: 4 minuti



### Corsi Digital a Settembre

Avvia la tua carriera nei mondi Web, Social, Ecommerce. Ultime disponibilità [digital-coach.it](http://digital-coach.it)

Fare fortuna non è da tutti, occorre capire che cosa la gente vuole e che cosa e dove proporre. In questo caso di Stefano Versace ci ha visto molto bene e con lo slogan "Made fresh daily as in Italy!" presenta il proprio gelato agli americani. Ecco la storia di un imprenditore che ha realizzato il sogno americano investendo su un prodotto buono e salutare.

Stefano Versace: intervista

Come nasce Stefano Versace Gelato?

"L'idea di andare negli Stati Uniti d'America nasce perché avevo un ristorante ad Urbino ed una notte ricevetti un controllo dei NAS e pur non trovando nulla dovetti pagare una multa per la mancata esposizione del cartello "Vietato fumare". Quella è stata la goccia che ha fatto traboccare il vaso, che mi ha dato la spinta per fare qualcosa che meditavo da tempo: lasciare l'Italia per andare a fare impresa in uno Stato che fosse più vicino all'imprenditore.

Avevo già visto negli Stati Uniti questa opportunità però non avevo ancora deciso che cosa fare.

Il mercato del gelato è stato quello a cui mi sono riferito perché dopo una serie di studi avevo

scoperto che mentre in Italia, secondo Paese al mondo per consumo di ice-cream, ci fossero 37.000 gelaterie, negli Stati Uniti, che sono al primo posto, ne fossero presenti soltanto 900. Questi due dati comparati mi hanno permesso di capire che l'America sarebbe stata una terra dove il mercato del gelato avrebbe avuto una grande espansione.

Infatti, le più grandi imprese di prodotti semi lavorati per gelato o di macchinari per il gelato in questi ultimi cinque anni hanno investito parecchio sia in marketing che in logistica per poter attaccare il mercato statunitense”



### **E se il sogno americano diventasse il sogno del gelato italiano?**

“Ho scritto un libro che uscirà ad Ottobre di quest’anno intitolato **“American Ice-dream”**, un gioco di parole fra l’ice-cream e l’american dream.

Il gelato è un prodotto molto richiesto negli USA, tutto ciò che è MADE IN ITALY in America ha un valore più apprezzato rispetto ad altri Paesi ed inoltre c’è la situazione favorevole di scarsa concorrenza: 900 gelaterie per oltre 300 milioni di persone è davvero poco! In America non si apre una gelateria, ma si sfrutta l’economia di scala. Abbiamo creato: un concept che possa essere scalabile, replicabile senza il bisogno della presenza fisica del padrone nel punto vendita.

Questa strategia aumenta sia la rapidità di crescita, sia il valore delle stesse gelaterie perchè non dipendendo dal fattore persona, ma dal fattore metodo. In questo modo sarà facilmente vendibile: chiunque la compra avrà gli stessi risultati”



Come avete accontentato il cliente americano?

“Ad essere sinceri pensavamo fosse molto più difficile educare il cliente americano al gelato anziché all’ice-cream. Quest’ultimo è un prodotto industriale, con ingredienti non naturali, aromi artificiali,coloranti.. conservato e distribuito con la linea del freddo e la cui vita media può estendersi fino ai 12 mesi, a differenza del gelato che è un prodotto fresco, “realizzato from scratch (da zero) every morning!”,

lo abbiamo specificato anche nel nostro logo “Made fresh daily as in Italy”. Abbiamo notato con piacere che gli stessi americani sentono che è più cremoso e saporito, tanto che sono alla ricerca di queste gelaterie ed una volta provato il gelato non tornano più indietro.

Molto spesso in uno stesso Mall le persone gettano la coppetta presa da un competitor ice-cream per acquistare il nostro prodotto”



Qual è il gusto preferito dall'americano medio?

“I gusti variano a seconda dell'etnia e della zona geografica: a Miami nella zona latina i sapori di frutta vanno per la maggiore, il mamey fra i cubani, la guanabana fra i venezuelani, la parchita (passion fruit). Le persone di colore amano di più i gelati di anguria, se invece ci spostiamo nelle grandi città come Philadelphia o Atlanta è più diffuso il pistacchio o la nocciola. Il gusto che accomuna tutti è la stracciatella, perchè la considerano la versione italiana del “cookies and cream”, anche se il più richiesto è proprio quello che ci contraddistingue: i profumi di sicilia, lo stesso gusto che nel 2014 ci ha fatto vincere il premio “Best gelatery in the world people choice” del “Gelato World Tour”.



Quale sarà il futuro di Stefano Versace Gelato?

“Abbiamo creato un piano industriale, con l'obiettivo di aprire fra le 150 e le 200 gelaterie, realizzabile in due fasi: la prima è quella di crescita di capitali esterni, investitori silent partner che divengono soci al 50% delle singole gelaterie (la cui gestione è a nostro carico) e gli utili vengono distribuiti con priorità all'investitore pari al 24%, fino al 48% spetta a noi ed il resto viene diviso metà ciascuno.

Dal 2019 avrà inizio la seconda fase ovvero il debit: ottenuta una base storica a livello aziendale sarà possibile ricevere finanziamenti per ulteriori progetti di crescita dalle banche (che incentivano molto di più rispetto a quelle italiane)”



Torni mai in Italia?

“In Italia torno spesso sia per vacanza che per il mio give back: dedico il mio tempo sia alla mia formazione personale, sia alle scuole di quarto e quinto grado dove spiego come funziona il mondo del denaro e del lavoro.

Quello che voglio trasmettere a questi ragazzi è proprio togliere la paura del fallimento, perchè in Italia è visto come una macchia indelebile della quale vergognarsi, mentre negli Stati Uniti è percepito come parte della vita e della crescita. Non bisogna avere timore di cadere in errore, se si sbaglia si ricomincia, si ha più esperienza, ci sono meno possibilità di fallire e molte di più di raggiungere il successo! Questo concetto in America lo fanno

vivere direttamente fin da piccoli: nella scuola mio figlio all'entrata è presente un cartello con scritto “Make Mistake- Fai errori!” seguita dalla dicitura “La penicillina è stata scoperta per errore”. I

programmi scolastici di questa scuola invogliano a sperimentare per prepararli alla vita ed è lo stesso che io voglio trasmettere con il mio give back ai ragazzi italiani”- Un consiglio per gli amanti del gelato

“Consumatene a flottate! Soprattutto negli Stati Uniti d’America (ride ndr.).

Il gelato è un ottimo prodotto che può essere trasformato in un prodotto finanziario: ha un margine di guadagno sul costo del bene pari all’85%. Un ritorno così alto da un prodotto di impulso, acquistato perché camminando lo si nota e si è invogliati a prenderlo, fa del gelato uno dei migliori investimenti: per questa ragione ci stabiliamo soprattutto nei Mall, per garantirci un walking traffic elevato”

– L’obesità è uno dei grandi problemi degli USA

“In questo ci ha aiutato Michelle Obama con la lotta agli zuccheri ed alle sode. Hanno trasmesso molti programmi televisivi in cui si evidenziavano le differenze fra gelato ed ice-cream: il gelato possiede meno della metà dei grassi, il che lo rende preferibile dal punto di vista dietetico, senza dimenticare che contiene ingredienti naturali molto più sani”