

11 Agosto 2012



Gelato in franchising a basso costo

Di Claudia Cervini



Anche in Italia ha preso piede il franchising low cost del gelato. E c'è chi ha fatto di questa strategia commerciale un vero e proprio business. È il caso di **Crema & Cioccolato**, marchio friulano di gelaterie che ha festeggiato mercoledì scorso l'undicesimo anniversario con l'apertura a Taranto del suo centesimo punto vendita affiliato. **La formula ideata da Bmv**, una

società che da anni gestisce direttamente proprie gelaterie e proprietaria del marchio, è semplice: **13mila euro e un locale di 40 metri quadrati in zone di passaggio sono i requisiti per affiliarsi**. Mentre a tutto il resto, dalla progettazione locale alla distribuzione del prodotto da rivendere alla comunicazione, pensa il marchio.

È così che gli imprenditori **Giancarlo Bertogna e Lorenzo Mazzilli** hanno dato vita alla catena di franchising che, secondo quanto dichiarato, ha raggiunto un **fatturato di oltre 11 milioni di euro, 250 occupati, 27 mila persone servite in media ogni giorno e 650 mila chili di gelato venduti**. L'obiettivo ora è di espandersi e aprire nel paese altri 100 negozi in due anni. A questo scopo è stato raddoppiato l'investimento in comunicazione che per il 2013 sarà pari al 4% del fatturato.

«L'idea del franchising low cost è nata strada facendo», spiega Mazzilli, socio e amministratore delegato della società. «I primi quindici locali aperti a partire dal 2000 erano infatti di proprietà e a gestione diretta, ma la strada era tutta in salita», continua. «L'idea venne osservando il successo che le aziende produttrici e distributrici di caffè ottengono nel settore dei bar: queste realtà propongono in comodato d'uso gratuito la macchina del caffè ai propri clienti, a patto che comprino il loro prodotto». Nello stesso modo Crema & Cioccolato ha deciso di gestire la propria rete: «concedendo all'affiliato la gelateria completa e pronta all'uso».

11 Agosto 2012

Della progettazione del locale, degli impianti, dell'installazione degli arredi, dell'assistenza post apertura, della formazione, della comunicazione e della distribuzione del prodotto si occupa infatti il marchio. «Il gelato è prodotto in un laboratorio centralizzato in Friuli e viene distribuito un giorno sì e un giorno no in tutta Italia attraverso una rete di duecento distributori sul territorio», spiega l'imprenditore. «I macchinari sono concessi in comodato d'uso per cinque anni, al termine dei quali, rimarranno al gestore del punto vendita con un riscatto di 50 euro», aggiunge Mazzilli. «Non sono richieste fidejussioni o royalties, il 100% dell'incasso rimane infatti al punto vendita».

Questa formula ha permesso al **marchio di Cervignano del Friuli di incrementare il fatturato del 400% in due anni**, di consolidare il proprio brand e di pensare alle nuove aperture. «Apriremo negozi in tutta Italia e stimiamo di inaugurarne un centinaio nell'arco di un biennio», dice ancora Mazzilli. «Perciò abbiamo deciso di spingere sulla comunicazione, investendo il 4% del fatturato e privilegiando internet, stampa e radio». Niente tv per il momento e nemmeno estero. «È prematuro pensare di andare Oltreconfine, sarebbe impegnativo e costoso avviare un'organizzazione aziendale, una distribuzione e una presenza così capillare ex novo, in Italia ci sono voluti anni», spiega Mazzilli. «E poi ci siamo resi conto che qui c'è una grande richiesta di franchising low cost per chi ha un piccolo capitale da investire o per chi vuole aumentare la redditività del suo esercizio commerciale con la creazione di una gelateria».

Al momento Crema & Cioccolato ha conquistato soprattutto Lazio, Lombardia e Toscana, pur essendo presente in tutte le regioni italiane. «Per le nuove aperture guardiamo a tutte le regioni, dalla Val d'Aosta alla Sicilia», spiega Mazzilli. «Puntiamo ai centri di almeno 10 mila abitanti, ad alto passaggio pedonale (fondamentali le vetrine fronte strada), in città balneari e mete turistiche».

© Riproduzione riservata