Franchising e gelaterie: un business da non sottovalutare

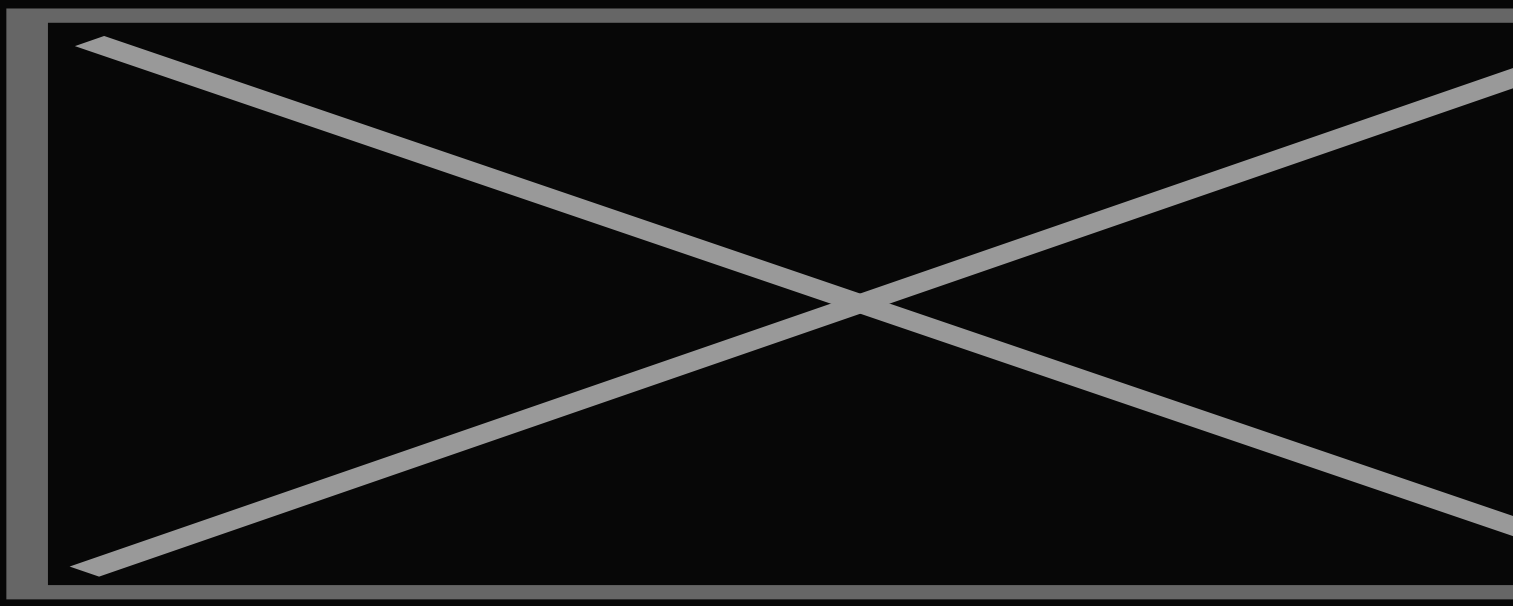
business-franchising-gelato-1-copia-00978e8e

Il franchising sta vivendo un bel momento: ecco quanto ci svela Assofranchising, nel suo Rapporto Italia 2018. E l'anno più proficuo di ogni tempo è stato il 2017, caratterizzato da un giro d'affari di 24,545 miliardi di euro (€ 24.544.522.517,00 per l'esattezza) e da un trend di crescita del 2,6% sull'anno precedente e addirittura del 5,7% rispetto al 2014. In generale si è registrata una crescita dei punti vendita (+1,9%) su tutto il territorio nazionale, con la Lombardia che si conferma la regione con il maggior numero di insegne. I settori più promettenti? Abbigliamento, Servizi, Commercio specializzato, Ristorazione, Beauty e benessere della persona.

In uno scenario in cui il food si mantiene dinamico (sia per quanto attiene il fuori casa, sia in relazione alla GDO), qual è il ruolo giocato dalle gelaterie?

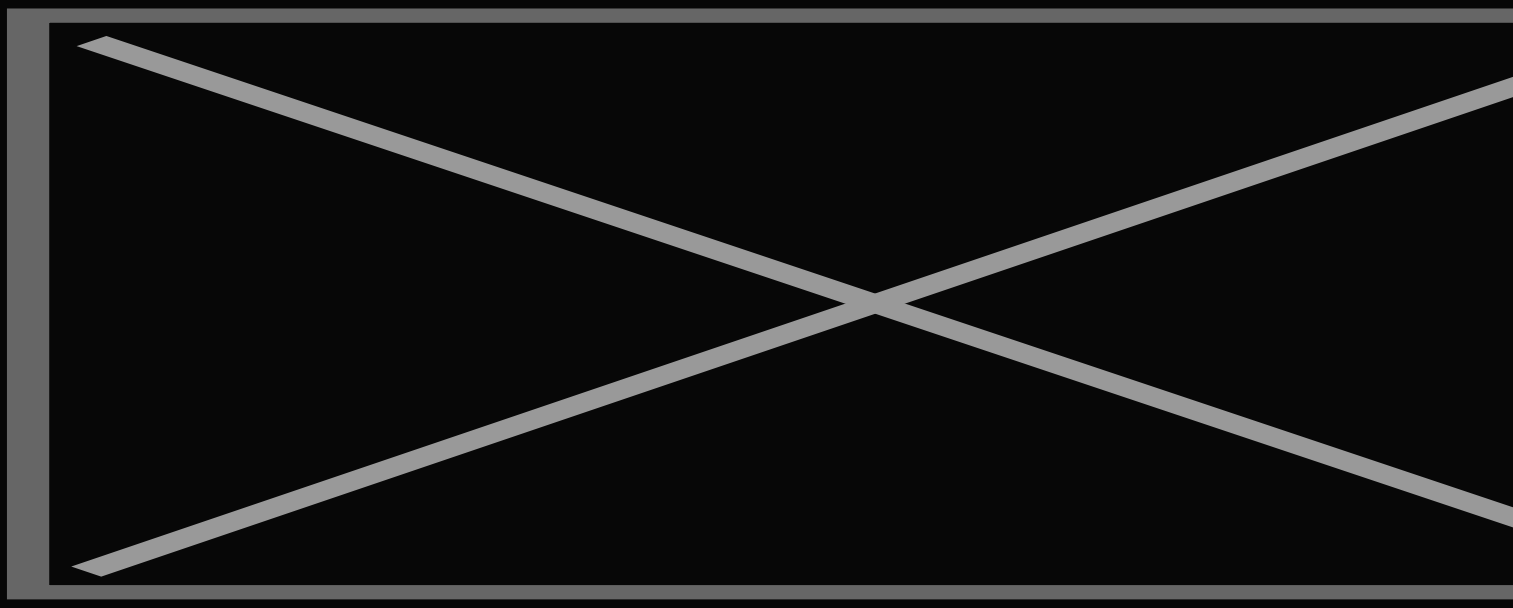


"In Italia il segmento delle gelaterie in franchising – ci spiega **Italo Bussoli**, presidente dell'Associazione – vale € 217.635.500 e conta più di 2.700 addetti occupati. Considerando invece le attività in franchising affini alle gelaterie (bar, caffetterie yogurterie, pasticcerie…) le cifre salgono a € 371.185.500 di giro di affari e a più di 4.500 persone impiegate.



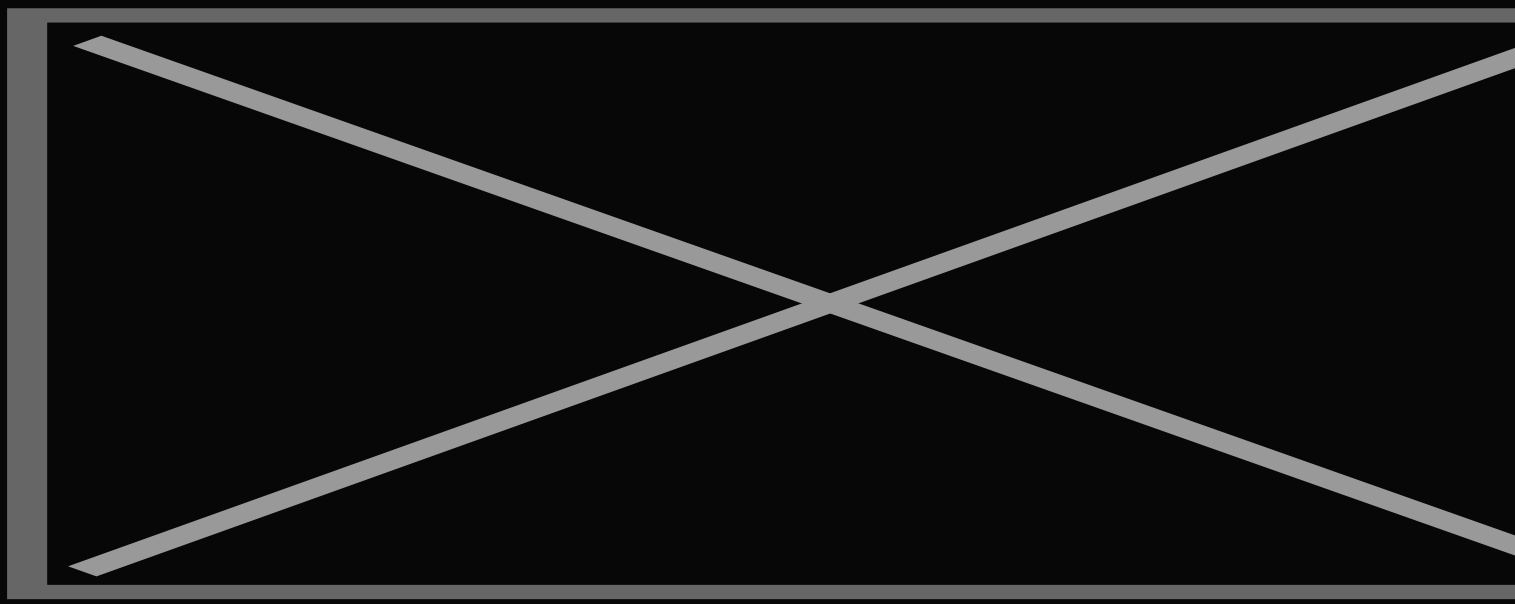
Quanti sono oggi i marchi presenti sul mercato italiano?
Esistono 34 insegne di gelaterie in franchising, che registrano complessivamente 1.046 punti vendita. Il numero si riferisce a esercizi che svolgono unicamente l’attività di gelateria. Allargando la forbice a insegne affini, come bar, yogurterie, pasticcerie e caffetterie, le insegne salgono a 59 con 1.509 punti vendita.

Sarebbe possibile fare un identikit del franchisee tipo nell’ambito delle gelaterie?
Notiamo una prevalenza del “sesso forte”, con una quota maschile pari al 64,4%, mentre la “quota rosa” si attesta al 35,6%. Quanto all’età, il 64,1% di chi apre una gelateria è tra i 36 e i 45 anni, ma si registra anche un buon 28,9% compreso tra i 25 e i 35 anni, segno indubbio che il settore attira anche i più giovani.



Può farci una mappatura geografica delle aree con maggiori catene e di quelle dove invece c’è ancora possibilità di sviluppo?
La presenza è piuttosto omogenea su tutto il territorio, con un lieve picco nel Nord-Est dove le attività in franchising sono molto diffuse. Anche nel Lazio e in particolar modo a Roma, per la grande vocazione turistica, si registrano numeri piuttosto alti.

Chi volesse affiliarsi a un brand di gelateria, tra quali tipologie di offerta potrebbe scegliere?
Il 61% delle gelaterie in franchising prevede un investimento che va dai 31.000 ai 100.000 euro. Il 30,8 % richiede invece un investimento fino a 30.000 euro.



Quali i vantaggi dell’affiliazione?

Affidarsi a un brand consolidato con alle spalle l’esperienza di alcuni anni di attività, significa poter contare su una maggior tutela e su strumenti caratteristici del franchising come la formazione e la comunicazione attraverso attività di marketing a livello nazionale o territoriale. Tutti costi che, altrimenti, un imprenditore autonomo dovrebbe sostenere da solo.

Quali i limiti?

Ovviamente l’affiliazione non elimina il rischio di impresa che in ogni caso, come in tutte le attività, può esistere. Le insegne hanno poi, giustamente, delle regole ben precise che servono a tutelare il loro marchio e la loro immagine, questo è un punto importante che un potenziale franchisee deve sempre tenere bene a mente.