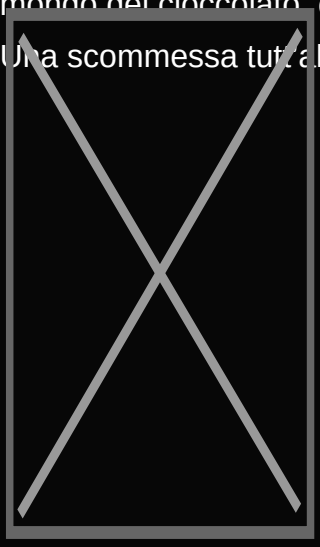
Cioccolatitaliani: il segreto sta nel format

cioccolatitaliani-1-2599efbe

Artigiano per nascita, manager per formazione. **Vincenzo Ferrieri**, classe 1982, respira fin da bambino il profumo del commercio: impara il mestiere nel laboratorio di pasticceria del negozio di famiglia, a Napoli. Poi, gli studi in economia lo spingono a Milano, dove la laurea conseguita presso l'Università Bocconi gli apre le porte del mondo finanziario. Ma il richiamo alle origini è più forte. Così nel febbraio del 2009 arriva il punto di svolta, un'ideale *summa* delle due precedenti esperienze: apre nella centralissima Via De Amicis a Milano il primo flagship store di **Cioccolatitaliani**. Alla base del progetto, una semplice quanto fortunata intuizione: creare un format completamente dedicato al mondo del cioccolato, combinato con i tipici prodotti della tradizione, ovvero gelato, caffè, pasticceria. Una scommessa tutt'altro che scontata…



STRETTAMENTE PERSONALE

Nome e Cognome:
Vincenzo Ferrieri
Anno di nascita:
1984
Luogo di nascita:
Napoli

Città di adozione:
Milano
Titolo di Studio:
Laurea c/o Università Bocconi

Quali sono stati i punti di forza del progetto e quali difficoltà ha incontrato nella sua espansione?
A nostro indiscutibile vantaggio ha giocato l'individuazione di un prodotto differenziante come il cioccolato, che ha permesso di distinguerci dalle tradizionali pasticcerie. E che ben si presta a ingolosire un larghissimo pubblico. A questo si aggiunga l'experience proposta sul punto di vendita: la cura nel design dei locali, la qualità del servizio e l'accuratezza della presentazione dei prodotti hanno recitato un ruolo significativo. Abbiamo invece riscontrato qualche criticità sul fronte del reperimento delle risorse finanziarie necessarie a sostenere i piani di espansione della catena. Il mondo della ristorazione è in generale composto da piccoli artigiani poco disponibili a convogliare il proprio know how in quei processi standardizzati che sono alla base di realtà imprenditoriali più ampie. Da qui la difficoltà per la categoria ad accedere facilmente al credito. Nel mio caso, ho potuto contare sulla spinta iniziale assicurata dalla mia famiglia di origine. Poi, risultati alla mano ottenuti dal primo negozio, sono arrivati anche i finanziamenti.

Quali sono oggi i numeri di Cioccolatitaliani?
Abbiamo all'attivo 39 punti di vendita, di cui 12 all'estero, precisamente in Arabia Saudita, Kuwait, Oman, Qatar, Albania e Kosovo. Il fatturato della capogruppo, quello cioè derivante dalla somma del giro d'affari generato dai 7 locali a gestione diretta e dalla vendita dei prodotti a marchio, ha raggiunto nel 2018 i 20 milioni di euro. Ma se si aggiunge il portato dei negozi in franchising, si arriva a quota 35 milioni.

Quali sono i piani di espansione dell'insegna?

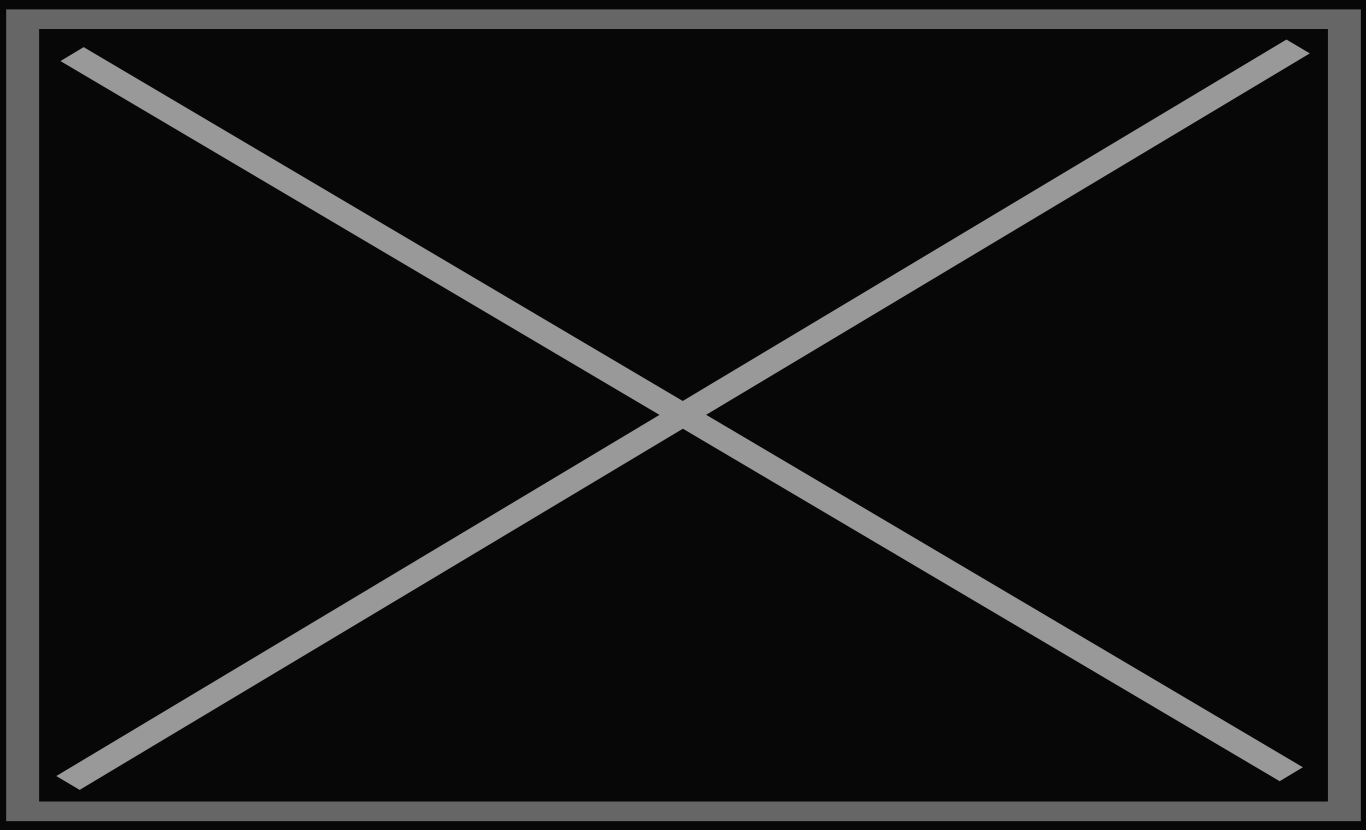
All'inizio dell'estate abbiamo sottoscritto con Sirio, azienda italiana leader nella gestione del catering commerciale nel settore ospedaliero, un accordo quadro di sviluppo commerciale, sulla base del quale nei prossimi 3 anni saranno aperti in Italia 5 pdv, che potranno

arrivare fino a 10 nell’arco temporale dell’intesa. Sulla scorta del positivo riscontro già ottenuto in Medio Oriente, siamo inoltre in procinto di inaugurare due negozi a Casablanca e Rabat, in Marocco. Potenzieremo infine il presidio del canale travel retail: ai punti di vendita di Milano Cadorna e Malpensa si aggiungerà entro dicembre anche un nuovo locale a Roma Termini. Complessivamente contiamo di mantenere sia nel 2019 sia nel 2020 la media annua di 10 aperture già registrata nel 2018. E puntiamo ad archiviare il 2019 con una crescita di fatturato a doppia cifra, compresa tra il 12 e il 13%.

Il cioccolato non è però l’unica voce in bilancio…

Esatto. Tre anni fa abbiamo dato vita a una nuova avventura: PIE – Pizzeria italiana Espressa. Si tratta di un format innovativo che coniuga l’uso di materie prime eccellenti con una formula di consumo express, completamente personalizzabile. Questo perché da noi il cliente partecipa in prima persona alla realizzazione della pizza, scegliendo ogni ingrediente secondo i propri gusti. Oggi l’insegna conta tre locali, tutti nell’area milanese e tutti a gestione diretta, ma già nel corso del 2020 prevediamo altre due nuove aperture, sempre a gestione diretta e sempre in Italia: una a Milano e una a Roma. In prospettiva però non nascondiamo che il progetto è stato concepito per sfruttare anche eventuali opportunità di oltrepassare i confini nazionali…

[caption id="attachment_169641" align="aligncenter" width="703"]



Dietro al successo del format Cioccolatitaliani, business capace di fatturare 35 milioni di euro all’anno, c’è Vincenzo Ferrieri, manager-artigiano che oggi rilancia anche con PIE – Pizzeria Italiana Espressa[/caption]

Infine, quale suggerimento può fornire a chi voglia entrare nel mondo della ristorazione o a chi intenda imprimere un’accelerazione alla propria attività?
Sento di poter dare due consigli. Il primo: pensare in grande. Se il prodotto e la formula individuata funzionano, il mercato offre grandissime opportunità. Il secondo: circondarsi di persone valide. La generazione che ha preceduto la mia non è stata capace di condividere il sapere: i grandi artigiani della ristorazione non hanno avuto il coraggio di lasciare che la propria esperienza fosse utilizzata all’interno di processi strutturati. E questo gap ha pesato molto sulle opportunità di crescita del settore. Ecco, credo che oggi la chiave di volta stia proprio nella capacità di fare squadra, valorizzando le singole competenze e professionalità.

RICETTE A MISURA DI CLIENTE



Da PIE si può scegliere tra due diversi tipi di impasto: uno di farina integrale, l’altro di farina 01, 100% biologica. «Abbiamo deciso di non utilizzare la farina doppio zero – afferma Vincenzo Ferrieri, patron dell’insegna – così come abbiamo deciso di rinunciare al forno a legna, consapevoli che la combustione fa male a noi e all’ambiente».