

Crema & cioccolato: un'espansione da record e la volontà di sbarcare all'estero

Il marchio di gelaterie in franchising "made in Friuli" più esteso d'Italia replicherà il suo successo oltre confine. Attualmente, sta valutando l'opportunità di includere nel progetto estero nuovi soci o partners

TORVISCOSA

Nel 2001 l'azienda è partita con le prime gelaterie a gestione diretta; nel 2014 vanta oltre 320 gelaterie in franchising capillarmente distribuite in tutta Italia. Queste poche cifre racchiudono la storia del successo aziendale da record di crema & cioccolato, che in 13 anni di attività ha investito oltre 20 milioni di euro per sostenere l'imprenditoria italiana.

La forza del brand friulano di gelaterie in franchising più esteso del Paese è proprio questa: aiutare concretamente gli italiani ad avviare la loro attività in proprio. Il suo obiettivo, infatti, è quello di promuovere la crescita del tessuto economico italiano come un vero e proprio incubatore d'impresa. Dalla sua nascita il brand ha avviato 328 micro-impresе, creando oltre 900 posti di lavoro. "Il rilancio dell'economia - dichiara Paolo Gallicchio, Responsabile sviluppo franchising - passa anche per la capacità di fare impresa: il nostro è un vero e proprio piano di azione dedicato al lavoro e alla crescita."

Ma il brand non ha intenzione di fermarsi qui: non solo prevede di raddoppiare il numero dei suoi punti vendita in Italia entro il 2015, ma l'Am-

ministratore delegato di BMV srl, proprietaria del marchio crema & cioccolato, Lorenzo Mazzilli rivela che crema & cioccolato ha intenzione di introdurre il florido business del gelato di alta qualità anche all'estero. "Siamo assolutamente convinti che il nostro prodotto possa godere fuori dai confini italiani di ampi margini di sviluppo e di guadagno - spiega Mazzilli -, perciò uno degli obiettivi principali per il prossimo anno - continua - sarà sicuramente quello di mettere in atto uno strutturato piano di ampliamento e internazionalizzazione basato sul nostro innovativo modo di fare franchising". "Per iniziare - continua Paolo Gallicchio -, ci stiamo muovendo in Germania, Paese in cui il gelato è amato più che in qualsiasi altra zona d'Europa. È qui, infatti, che questo mercato vale di più, arrivando a 2,7 miliardi di dollari solo nel 2013". Questo record di consumi si deve specialmente alla fama di cui gode il gelato "made in Italy", che - secondo una recente indagine di mercato Mig - svetta tra gli alimenti preferiti dei tedeschi: ben l'85% di loro, infatti, frequenta una gelateria italiana. Ma la Germania è solo uno dei Paesi esteri in cui crema & cioccolato conta di replicare il suo successo; nel 2015 abbiamo l'intenzione di guardare all'Europa inte-

ra: Francia, Spagna, Svizzera, Ungheria, Slovenia e Croazia, saranno i primi paesi ad essere presi in considerazione. Insomma, le opportunità di crescita all'estero certamente non mancano - conclude Gallicchio -, ma per affrontarle c'è da fare una scelta fondamentale: valutare l'opportunità di includere nel "progetto estero" nuovi soci e partners strutturati, capaci di garantire una crescita programmata e durevole nel tempo, per replicare i successi ottenuti in Italia, ma in tempi molto più brevi, stimiamo all'incirca 100 punti vendita all'anno. "

"Ciò che ci ispira ogni giorno - conferma Mazzilli - è la nostra Vision: crema & cioccolato deve rappresentare una speranza, una possibilità per chiunque voglia aprire una propria attività o crearsi un posto di lavoro. Esaudire il proprio sogno imprenditoriale, con noi, è semplicissimo." Ecco perché per realizzare il suo ambizioso progetto crema & cioccolato è stato il primo marchio in assoluto a rivoluzionare il settore delle gelaterie, proponendo il "franchising low cost": un concetto d'impresa innovativo che è stato in grado di sovvertire definitivamente il comparto e di trasformare radicalmente il concetto di imprenditoria. "Abbiamo dato vita ad una

formula accessibile veramente a tutti – continua -, abbiamo deciso di investire personalmente per il franchisee e di occuparci di ogni aspetto rela-

tivo all'avvio della sua attività: valutazione dei locali, progettazione, consulenza, fornitura di arredi e attrezzature, corso di formazione e assistenza

commerciale.

Un pacchetto completo che consente a tutti di partire in meno di due mesi con la propria gelateria chiavi in mano.

Franchising low cost



“Per aprire una gelateria in autonomia l'investimento medio che si rende necessario è di almeno 80.000/100.000 euro - chiarisce Mazzilli -; con noi invece basta una ridotta fee d'ingresso (solo 4.900€, grazie all'incredibile promozione in corso in questo periodo e con scadenza il 30 novembre 2014), perché siamo noi a pagare tutta la differenza. Inoltre - sottolinea - non chiediamo percentuali sugli incassi, né royalty: tutto il ricavo rimane all'affiliato che, per concludere, a fine quinquennio diventerà proprietario a costo zero di tutti gli arredi e di tutte le attrezzature che gli sono state fornite.”

Un nuovo concept per BMV

Bmv srl, proprietaria del marchio di gelaterie in franchising crema & cioccolato, sta per lanciare anche un nuovo format di locali.

La filosofia del nuovo progetto sarà quella di responsabilizzare il consumatore e promuovere uno stile di vita che tenga in considerazione tutte le fasi della produzione agricola, nel rispetto delle materie prime, dell'ambiente e della natura.

Spinta dall'esigenza di offrire ai clienti un prodotto innovativo e soprattutto sostenibile per promuovere un nuovo modo di fare il gelato, ma non solo, l'azienda inaugurerà il primo punto vendita in Regione, a Trieste in Viale XX Settembre. “Mai come in questo momento storico - spiega Lorenzo Mazzilli - sentiamo l'esigenza di lanciare un nuovo marchio che possa racchiudere in una perfetta armonia sia i 13 anni di esperienza nel settore raccolti con crema & cioccolato, sia uno sviluppo innovativo “green oriented” incentrato su prodotti di massima qualità - gelati e non solo - e accessibili a tutti: elementi che rappresenteranno la vera filosofia del nuovo marchio.

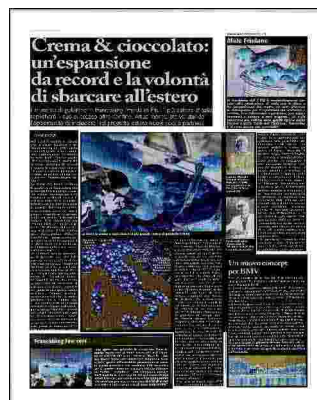
Il nuovo format di gelateria firmato Bmv vanterà diverse partnership con produttori della zona e associazioni volte a sostenere un'agricoltura etica e rispettosa dell'ambiente.

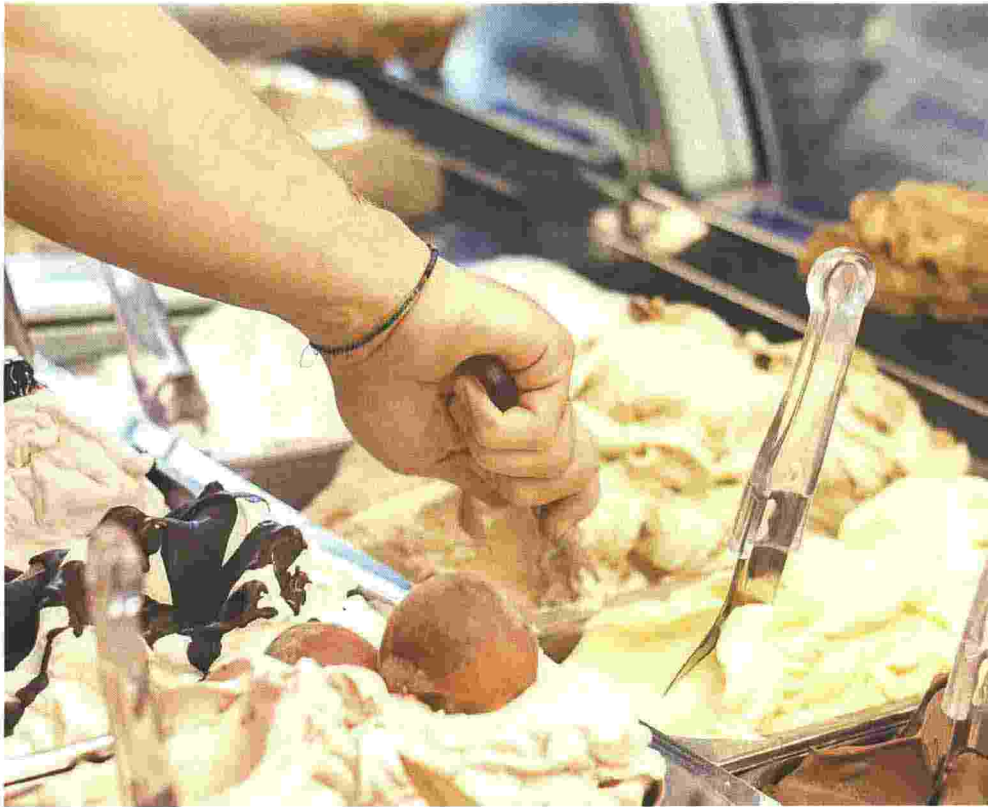


Mele Friulane



Il territorio del FVG è particolarmente votato alla produzione di mele per il clima e la composizione del suolo. Le mele friulane si distinguono per l'equilibrio tra dolcezza e acidità, per delicatezza e profumo, per essere croccanti e succose e non acquose. Le mele autoctone più antiche sono quelle tipiche della Carnia e delle Valli del Natisone. Novembre è il mese giusto per provarle!





Lorenzo Mazzilli
(Amministratore Delegato di BMV srl, proprietaria del marchio crema & cioccolato)



Paolo Gallicchio
(Responsabile Sviluppo Franchising crema & cioccolato)

La friulana crema & cioccolato è la più grande catena di gelaterie d'Italia

