

Che cosa serve al franchising italiano

Le priorità per il settore di **Alessandro Ravecca**, neoeletto Presidente di **Federfranchising-Confesercenti**, già socio fondatore e Presidente di **Cibiamo Group**

di Tiziana Pikler

"Fiera del franchising, Londra 2009. Nello stand entrano persone preparate che chiedono informazioni precise, dal manuale operativo alle attività di marketing, dalla fee alle royalty. Cambiamo nazione e arriviamo a ieri, fiera del franchising a Marsiglia 2016: incontriamo gli stessi visitatori preparati. In Italia sul fronte della cultura del franchising c'è ancora molto da lavorare". Si presenta così Alessandro Ravecca, nuovo presidente nazionale di Federfranchising, l'associazione di categoria Confesercenti che unisce franchisor (quasi ottanta aziende associate) e franchisee. Classe 1967, Ravecca, socio fondatore e presidente di Cibiamo Group, succede a Patrizia De Luise, in carica per ben quattordici anni.

Presidente Ravecca, perché in Italia parliamo ancora di una mancanza di cultura del franchising?

Il nostro è un paese noto per essere pieno di piccoli imprenditori di se stessi, un po' come tutti siamo allenatori della nazionale di calcio. La nostra iniziativa è forte, ci siamo sempre inventati un mestiere o qualcosa da fare. Ci troviamo quindi davanti un terreno abbastanza arido per quanto riguarda la cultura del franchising perché, più che nuovi imprenditori, dobbiamo formare quelli che, dopo aver fatto altre esperienze, a volte anche con poco successo, si affidano a un brand o a un format vincente già sperimentato da altri.

Quali saranno le priorità dei suoi primi cento giorni di presidenza?

Nei nostri primi cento giorni faremo una cultura del franchising interna. Creeremo dei gruppi di lavoro coinvolgendo franchisor e franchisee, che rappresentano la nostra forza, su sei azioni di lavoro che riguarderanno il recruiting, il credito, la formazione, l'internazionalizzazione, la normativa e il network, attraverso la promozione e gli eventi necessari per diffondere la cultura del franchising. In ogni Confesercenti provinciale nascerà un punto di informazione dedicato alle affiliazioni. Partiremo con tre progetti pilota, uno al Nord, uno al Centro e uno al Sud e li metteremo subito in competizione per vedere come risponde il territorio.

A proposito di territorio, è più difficile fare impresa al Sud?

Che sia più facile per gli imprenditori del Sud fare impresa al Nord, e varcare addirittura i confini nazionali, di quanto non sia viceversa credo possa considerarsi un dato oggettivo. Questo perché al Sud questa capacità imprenditoriale è molto più sviluppata. Ritengo si tratti solo di una questione di organizzazione e di conoscenza: un imprenditore è in grado di comprendere le opportunità offerte da un sistema franchising. Adesso, grazie anche al vostro magazine che è nato a Napoli, ci sarà un nuovo ponte importante per diffondere ulteriormente la cultura del franchising pure al Sud.



Chi è Alessandro Ravecca

- *Socio Fondatore e presidente di Cibiamo Group*
- *Presidente provinciale di Confesercenti La Spezia*
- *Membro del Consiglio CCIA delle Riviere di Liguria*
- *Presidente della Contea del Levante Ligure*
- *Presidente Cescot di La Spezia*
- *Dal 2005 al 2016 membro del Consiglio della Camera di Commercio Industria e Artigianato di La Spezia e Membro di Giunta*
- *Dal 1992 al 2006 Presidente del Centro Commerciale Centroluna Ipercoop a Sarzana (SP)*



Per diffondere la cultura del franchising, oltre ai mezzi di comunicazione, sono necessari anche degli eventi specifici. Cosa ne pensa della fiera che si terrà a Napoli il prossimo mese di maggio?

Gli eventi per promuovere il franchising sono comunque un volano di interesse e di crescita, e questo naturalmente vale anche per il Salone di Napoli. La nostra associazione ha svolto negli anni un lavoro importante per diffondere la cultura del franchising attraverso i Franchising Day, siamo consapevoli di quanto possa essere importante un'azione diretta sul territorio.

Per concludere. Da qui a quattro anni cosa vorrebbe aver realizzato?

Vorrei aver fatto qualcosa di veramente concreto per far crescere la cultura del franchising in Italia.

“ La nostra associazione ha svolto negli anni un lavoro importante per diffondere la cultura del franchising attraverso i Franchising Day ”

CIBIAMO GROUP

La società, di cui Alessandro Ravecca è presidente, è specializzata nella creazione e nella gestione diretta e in franchising di format di ristorazione veloce di qualità. Nata nel 1992, oggi conta 81 locali in Italia con quattro brand.

Cibiamo

Un nuovo concept della panetteria "made in Italy" con banco a vista e prodotti tipici della tradizione fornaia italiana come la pizza e la focaccia insieme a panini, insalate e piatti freddi.

La Bottega del Caffè

Caffetteria specializzata nell'offerta delle migliori miscele di caffè declinate nelle varie ricette della tradizione italiana, insieme a cappuccini regionali, brioche farcite al momento, pasticceria selezionata e panini gourmet.

Virgin Active Cafè

È il format di caffetteria e ristorazione veloce all'interno dei centri Fitness Virgin Active con menù studiati per integrare al meglio allenamento e alimentazione.

Mondadori Cafè

Libreria e ristorazione si uniscono per creare una nuova cultura dell'ospitalità, non più dedita solo al consumo ma anche alla permanenza. Insieme ai prodotti della caffetteria selezionata, si trovano menù vegetariani, vegani e per i più piccoli.