



# «È UN SETTORE IN SALUTE, CRESCIUTO DEL 5% GLI ULTIMI ANNI.

CRESCONO IL FOOD, L'ABBIGLIAMENTO, MA ANCHE I SERVIZI PER LA PERSONA E PER LE IMPRESE, DOVE LE PERFORMANCE MIGLIORI SI REGISTRANO NEI SETTORI DI NICCHIA. È UNA SCELTA AZIENDALE DI GRANDE SUCCESSO, CHE PERÒ VA GESTITA CON UNA MENTALITÀ IMPRENDITORIALE, VALUTANDO MOLTO BENE ANCHE GLI ASPETTI



ECONOMICI E CONTRATTUALI - commenta Antonio Fossati, presidente del Salone Franchising Milano e di Rsd, società di consulenza.

Il franchising è ancora un sistema scacciaerisi? Aiuta tante categorie: i giovani hanno la possibilità di fare impresa con l'esperienza di una catena alle spalle, manager e persone a fine carriera possono riposizionarsi professionalmente, con investimenti che vanno da 5mila a 800mila euro. «Il Salone stesso ha una funzione sociale. Il franchising non scricchiola, si conferma una delle tecniche per fare retail. Grazie a Jakala (società di management consulting, analytics e IT) abbiamo proposto seminari, rivolti anche ai negozianti, per affrontare la sfida della multi-canali e adottare strategie di customer service ed experience e organizzazione della rete. I numeri stessi del Salone dimostrano la tenuta del franchising. Poi, collaboriamo attivamente con Confcommercio: si accentuano le sinergie con il commercio che esiste e con quello che sarà, fatto da commercianti che cambiano pelle e dai

nuovi franchisee. I negozianti esistenti possono apprendere dal franchising spunti di sviluppo imprenditoriale, buone pratiche di comunicazione e gestione. Possono decidere di confluire in format franchising o avviarne di loro. Qui imparano strumenti per evolversi. Entrare in una catena, togliere la propria insegna a volte è una modalità di sopravvivenza. Il franchising sta diventando un modello di collaborazione tra un sistema più ampio e un modello locale» aggiunge Fossati. Possono coesistere? «Alcune catene permettono la personalizzazione del negozio con l'arredamento, variazioni dei menu con ingredienti e specialità, possibilità di corner con prodotti locali. Nella Franchising School al Salone abbiamo offerto seminari dedicati ai commercianti (invitati gratis al salone), sul controllo di gestione, gestione del personale, comunicazione e vetrina, gestione digitale, marketing».





Lo stand di Millionaire, con il team marketing e commerciale (da sinistra: Fabio Quattromini, Lorena Mandelli, Davide d'Andrea Ricchi, Andrea Zangrando e Simona Lorenzini).



## CHI TI FINANZIA

Ci sono franchisor che concedono agevolazioni ai franchisee: sconti sulla fee d'ingresso, abbattimento delle royalty per i primi anni, merce in conto vendita, ritiro invenduto... «Per i negozi, uno degli asset più pesanti da finanziare nel pacchetto franchising è l'arredamento» spiega Fossati. «Alcune catene prevedono accordi quadro perché l'affiliato possa avere l'arredamento. È l'equivalente di un finanziamento. Di fatto, si concede l'uso del negozio arredato dietro pagamento di un canone di affiliazione, o ancora, un leasing operativo gestito dal franchisor. Poi, grazie ad accordi con istituti di credito, alcuni affiliati fanno da garanti presso la banca, permettendo ai franchisee di accedere a un finanziamento». Scaduti gli incentivi di Invitalia all'autoimprenditorialità in franchising, da avviare con reti accreditate, c'è ancora qualche misura di sostegno? «Il Ministero dello Sviluppo economico ha messo a disposizione 80 milioni di euro a fondo perduto per le micro, piccole e medie imprese, per i voucher da spendere per le consulenze degli innovation manager e il rinnovamento tecnologico e digitale delle imprese. Anche le reti in franchising possono accedervi» segnala Fossati.



## LO SHOW E LE STARTUP

Il Salone si è rivitalizzato, grazie a Fandango, la società che da tre anni ne ha rilevato il format. È diventato anche un incubatore di imprese? «Sì. Abbiamo creato un Talent show, Re.Start-Smart Up Your Business, dove si presentano idee d'impresa nel retail, che possono vincere un tutoraggio e interagire con fornitori di know-how, per strutturarsi ed entrare nel mondo reale. Il caso di Nio (Need Ice Only), vincitore 2018, è esemplare. La loro idea di realizzare cocktail in busta da completare nel bicchiere è diventata negozio ed e-commerce».



“ Il franchising è un'interessante forma di investimento con maggiori margini di sicurezza ”

Italo Bussoli, presidente Assofranchising, l'associazione tra reti più longeva d'Italia

## LE TRE STARTUP CHE HANNO VINTO IL TALENT SHOW

**1** Webidoo store (progetto retail per costruire una rete di vendita in store per i propri servizi digitali per Pmi, <https://webidoo.it>), nella categoria Best Business Idea, che ha vinto 150mila euro in beni e servizi.

**2** Joule (startup innovativa per il monitoraggio dei consumi energetici, [www.joule40.com](http://www.joule40.com)), nella categoria Best Technology & Innovation.

**3** Zeb Park (city mall, per food& retail realizzato in container), nella categoria Creative Idea, che ha vinto un corso di specializzazione allo led.







## I SETTORI CHE TIRANO

La tecnologia si fa notare: Sisalpay propone casse "intelligenti", che diventano strumenti gestionali. E Rozum, azienda bielorusa, cerca un partner italiano per rivendere i suoi baristi robot (60mila euro l'uno), bracci meccanici che fanno caffè 24 ore su 24, in showcooking, con sistema di pagamento automatico e controllo remoto (Eugene Kovalenko, ek@rozum.com).

Tra le novità, i format che offrono trattamenti di *reaging*, come The Longevity Suite. «Si sviluppano business per il benessere, in contrapposizione a un malessere mondiale. Estetica, trattamenti innovativi, forma fisica, *good food*, format che mirano ad aiutarci a stare bene. Molte aziende investono in questo settore» spiega Fossati. «Abbiamo anche creato un forum dedicato, Healthy food, seconda edizione nel maggio 2020». Benessere e sostenibilità sono temi attuali. Sulla sostenibilità si basano alcuni format, dalla cosmetica bio alla mobilità. McWatt ([www.mcwatt.it](http://www.mcwatt.it)) propone un circuito di van attrezzati con mezzi per la mobilità elettrica: e-bike, scooter, monopattini, surf e barche. Diventano postazioni mobili di noleggio, per creare il servizio dove necessario (alberghi, istituzioni). Il partner



### Local in global

**La Fabbrica Finocchio**, cioccolateria e dolceria storica di Giarre (CT). Cerca partner cui fornire il suo prodotto, negozi in cui creare corner o locali con somministrazione.  
**INFO:** [www.fabbricafinocchio.it](http://www.fabbricafinocchio.it)

acquista il furgone con un leasing e diventa anche broker energetico locale. «La sostenibilità è una necessità per tutte le catene» osserva Budelli. «Per alcune è un male necessario, che aumenta i costi. Ma è anche un investimento in immagine». Fossati aggiunge: «Il valore di un brand è anche nella sua capacità di essere sostenibile. È una sensibilità che si sta sviluppando. Anche noi, come fiera, siamo attenti allo spreco di materiali. La nostra comunicazione su carta è minima, con qr code per approfondimenti». Marchi esteri? «Stanno tornando, dopo anni di stop perché il nostro rischio Paese era elevato. Negli ultimi due anni si è invertita questa tendenza» afferma Fossati. Per esempio, alcune catene filippine esplorano il nostro mercato, forti di una numerosa comunità locale. Sono brand che esploderanno nel 2020.

Abbonamento € 6004 valido dal 30/09/2019 al 29/09/2020 - Licenza esclusiva a Nicola Tombelli

Abbonamento € 6004 valido dal 30/09/2019 al 29/09/2020 - Licenza esclusiva a Nicola Tombelli



## LA NOVITÀ ARRIVA IL FRANCHISING PARTECIPATIVO

«È un accordo tra affiliante e affiliato che consente di partire anche a un imprenditore che non ha la cifra richiesta per l'affiliazione. Spesso accade che un affiliato trovi il format che fa per lui, ma non abbia i capitali necessari. Il rischio è che ripieghi su un'altra formula» spiega Emanuele Walzel, avvocato specializzato in franchising, concorrenza e proprietà intellettuale. **Come funziona?** «Può proporre all'affiliante di fondare insieme una *newco*, partecipata al 50% o con altre percentuali. La società fungerà da affiliato. Parallelamente le due parti sottoscrivono un patto parasociale, per cui entro 3-5 anni il franchisee riacquista, con gli utili, le quote del franchisor, fino a tornare proprietario al 100% e a godere interamente dei suoi utili». **Vantaggi?** «L'affiliante acquisisce un nuovo partner motivato, l'affiliato sa di collaborare con un affiliante che si espone in prima persona e ha tutto l'interesse a far funzionare la *newco*». **Si può fare in Italia?** «Siamo agli inizi, ho seguito solo un caso, in una rete straniera presente da noi. Ma potrebbe essere vantaggioso. Il problema può essere convincere l'affiliante».





**34°**  
Salone Franchising  
Milano

INTERNATIONAL RETAIL EXPO.

a cura della divisione Marketing e Promotion

**REPORTAGE DAL  
 SALONE FRANCHISING  
 MILANO 2019**



**101CAFFÈ**  
 Il buon caffè  
 viaggia su strada

Non smentisce la sua fama di grande dinamicità questo brand, che ha presentato il suo nuovo format in formato "street", che va ad affiancarsi ai già noti negozi e caffetterie della catena che hanno superato quota 100. Si tratta della Caffetteria Itinerante, un truck completamente allestito e fornito chiavi in mano, per portare sulle strade i prodotti di eccellenza del brand, insieme a un'offerta completa di caffetteria e piatti caldi di elevata qualità. Il format può essere allestito in varie versioni: solo negozio, solo caffetteria o entrambi. Può essere acquistato da solo o affiancare i negozi già esistenti nelle loro attività presso eventi, fiere, manifestazioni ecc.  
**INFO:** tel. 02 93650453, [www.101caffe.it](http://www.101caffe.it)  
 franchising@101caffe.it

**ANYTIME FITNESS**  
**PUNTARE IN ALTO E VINCERE, COME NELLO SPORT**

Con già 18 palestre aperte in Italia in tre anni e oltre 15 in prossima apertura, Anytime Fitness, il network di palestre più grande al mondo (4.500 palestre in 37 Paesi, oltre 4 milioni di iscritti), si presenta al Salone Franchising Milano con un look ancora più contemporaneo. Forte di un Roi (Return of Investment) stimato al 30% nei primi tre anni dall'apertura e del suo tasso di successo del 96% (il 60% dei suoi franchisee è proprietario di più di una palestra) Anytime Fitness Italia cerca partner in tutto il territorio nazionale, puntando a raggiungere 50 aperture entro fine 2020. Stabilità finanziaria, crescita, solidità, alto rendimento e rischio contenuto sono i punti di forza del progetto, aperto anche a chi non ha esperienza nel mondo del fitness.  
**INFO:** tel. 02 49537611, [www.anytimefitness.it](http://www.anytimefitness.it)  
 sales@anytimefitness.it





**BURGER WAVE**  
**L'Australia in un hamburger**

L'hamburger australiano è il prodotto di punta di Burger Wave, la catena fast food che conta già 6 punti vendita (4 in franchising e 2 di proprietà) presente al 34° Salone Franchising Milano. Non c'è bisogno né di grande esperienza né di grandi metrature (bastano 40-70 mq per aprire con la formula take-away, sino a valutare allestimenti su 150 mq) per diventare imprenditori nella ristorazione con questo travolgente marchio, che promette di portare un pezzo di Australia nel nostro paese: in un locale unico è possibile infatti gustare numerosi tipi di hamburger cucinati secondo la filosofia e la passione australiana.  
**INFO:** tel. 335 1400177  
[www.burgerwave.it](http://www.burgerwave.it)  
 franchising@burgerwave.it



**BUCATO EXPRESS**  
**LA LAVANDERIA CHE MANCAVA**

Il 34° Salone Franchising Milano è il palcoscenico che Bucato Express, la nuova catena di bio lavanderie, ha scelto per presentarsi ufficialmente al popolo dell'affiliazione commerciale. Bucato Express è un marchio che ha impiegato ben 10 anni di lavoro nel settore lavanderie per offrire il format che mancava: una lavanderia d'avanguardia nata dalla fusione tra la lavanderia tradizionale e quella self service, in grado di rispondere a ogni esigenza del cliente grazie all'unione di servizi di base con servizi altamente professionali. Una formula che si è già dimostrata solida, permettendo di generare clientela soddisfatta e un ritorno dell'investimento a breve termine. I prodotti utilizzati sono tutti 100% naturali ed ecocompatibili.  
**INFO:** tel. 328 2070531, [www.bucatoexpress.it](http://www.bucatoexpress.it), info@bucatoexpress.it

Abbonamento n. 6884 valido dal 30/09/2019 al 28/09/2020 - L'accesso esclusivo a Nicola Tomassini

millionaire 179





REPORTAGE DAL SALONE FRANCHISING MILANO 2019



**CARREFOUR**  
**Più vicini ai clienti**

A conferma del suo impegno nello sviluppo dei suoi piccoli e medi punti vendita di prossimità, Carrefour ha messo al centro della sua partecipazione al Salone i format Market ed Express, a testimonianza di un fenomeno di inversione di tendenza rispetto a quella fuga di queste realtà dagli ambiti urbani che si è manifestata per diversi anni. La logica che anima questi format è quella del servizio: grazie alla loro presenza, gli abitanti delle città e chi vi si reca per lavoro trovano tutto ciò che occorre loro per la spesa quotidiana (inclusi i pasti veloci in ufficio), senza dover affrontare spostamenti spesso difficoltosi, con grande risparmio di tempo, denaro e stress. **INFO:** <https://franchising.carrefour.it>

**CROSTONE.IT**  
**ECCellenza PIEMONTESE NUDA E... CRUDA**

Ha brillato per originalità Crostone.it, marchio di *good fast food*, nato a Torino nel 2016 e basato sulle eccellenze della cucina piemontese. Fiore all'occhiello, i "crostoni" a base di carne cruda piemontese di altissima qualità, che hanno subito entusiasmato il pubblico e la critica, tanto da portarlo, dopo la prima apertura di Torino, ai primissimi posti di TripAdvisor. Un grande lavoro è stato dedicato alla messa a punto del pane che caratterizza i crostoni e che viene prodotto in esclusiva da un noto panificio artigianale. La carne cruda si accompagna ad altre eccellenze, dai formaggi ai funghi, dal burro di montagna agli insaccati, dai tartufi alle verdure. **INFO:** [www.crostone.it](http://www.crostone.it)



**DIÈTNATURAL**  
**Investimento iniziale? Un modello superato**

Al Salone Franchising Milano non poteva mancare Diètnatural, la grande rete franchising di nutrizione e dietetica con certificazione bio 100% Made in Italy. Il continuo aumento dei centri Diètnatural in tutta Italia è la prova che il format è progettato su un modello di business sicuro e ad alto rendimento. La formula vincente messa in piedi dal fondatore Alex Cutè, insieme al suo team, si caratterizza per la sua continua evoluzione e la sua capacità nell'accompagnare il neoimprenditore lungo tutte le fasi che precedono e seguono l'apertura di un centro franchising. Diverse sono le possibilità e soluzioni che Diètnatural offre, come l'ultima e nuova opportunità di affiliazione, che permette di aprire un centro Diètnatural senza investimento iniziale, ma tramite una formula di noleggio operativo con un canone mensile di soli 499 euro. **INFO:** tel. 393 97773056, [www.dietnatural.it](http://www.dietnatural.it) [franchising@dietnatural.it](mailto:franchising@dietnatural.it)

Affidamento n. 6884 valido dal 30/09/2019 al 29/09/2020 - Licenza esclusiva a Nicola Tomassini

**CNF CHICK-N-FRIES**  
**IL FAST FOOD ELEGANTE E "DIVERSO"**

Prima presenza al Salone per questo marchio che, nato nel 2016, ha preferito mettere a punto il suo format negli attuali due punti vendita e oggi è pronto a svilupparsi in tutta Italia. Al centro del business, un'offerta di fast food "alternativa" che ruota attorno al pollo e alle patatine, declinati in varie ricette e personalizzazioni. Punti di forza del brand, ingredienti di elevata qualità, sempre freschi e lavorati presso la sede centrale, ricette originali e non convenzionali, packaging attraente e studiato *ad hoc*, macchinari all'avanguardia e dal design che fa arredamento. Il tutto in un ambiente elegante e moderno, affiancato dal servizio di delivery a domicilio. **INFO:** [www.cnfrestaurant.com](http://www.cnfrestaurant.com), [franchising@cnfrestaurant.com](mailto:franchising@cnfrestaurant.com)





### DOMINO'S PIZZA La pizza? A casa è anche meglio

Come fa una catena statunitense diffusa in tutto il mondo con oltre 16mila pizzerie ad andare alla conquista del Paese che ha inventato la pizza? Semplice: offrendo nei suoi locali un prodotto di elevata qualità, allineato ai gusti del Paese dove opera e, soprattutto, consegnato a domicilio. È proprio il delivery a fare la differenza: ben il 70% del lavoro dei locali Domino's Pizza si svolge infatti con questa modalità, sulla base di un modello ultracollaudato che consente di offrire la migliore pizza comodamente a casa, fatta con ingredienti 100% italiani e consegnata fragrante entro 30 minuti, grazie a box di trasporto esclusivi studiati per mantenerne la freschezza.  
INFO: [www.dominositalia.it](http://www.dominositalia.it)  
[franchising@dominositalia.it](mailto:franchising@dominositalia.it)

### DON PEPPINU IL VERO GELATO SICILIANO CHE CONQUISTA TUTTI

Presente al Salone Franchising Milano 2019, Don Peppinu-Il Gelato Siciliano Originale N. 1 in Italia premiato dai siciliani e non solo. Con 10 punti vendita, 9 in Italia e 1 a Miami, Don Peppinu, progetto nato da una famiglia di gelatieri di lunga tradizione, ha conquistato il gusto degli amanti del gelato, percorrendo la via dell'eccellenza dei prodotti e del metodo di produzione garantito dalla Don Peppinu Academy, l'università del gelato che mira a creare maestri capaci di realizzare il migliore gelato siciliano. Don Peppinu è un format completo, in grado di coprire ogni passaggio della filiera e ad alto rendimento: nel solo mese di agosto 2019, la gelateria Don Peppinu di Marzamemi (Sr) in Sicilia ha incassato così tanto da ripagarsi totalmente l'investimento! INFO: tel. 333 7959867, [www.donpeppinu.it](http://www.donpeppinu.it), [affiliati@donpeppinu.it](mailto:affiliati@donpeppinu.it)



### FIT AND GO E SETA BEAUTY Il benessere raddoppia

Forse non tutti sanno che questi due noti brand (il primo dedicato al fast fitness e il secondo all'estetica avanzata) fanno capo agli stessi giovani imprenditori e, per la prima volta, si sono presentati insieme al Salone. I due marchi hanno infatti di recente inaugurato a Roma in zona Fleming il primo concept che li riunisce in un unico "tempio del benessere". 200 mq dedicati non solo al fitness hi-tech con tecnologie all'avanguardia, ma anche al beauty, con i migliori trattamenti di estetica avanzata ed epilazione permanente. «Per noi è una grande scommessa» spiega il Ceo e co-founder Marco Campagnano «pensiamo che i clienti di entrambi i brand possano trarre vantaggio da questa unione e che apprezzeranno il nostro approccio sempre volto a innovare il settore del wellness». INFO: [www.fitandgo.it](http://www.fitandgo.it)  
<https://setabeauty.com>

Admancos - ti. edita - edita del 30/09/2019 al 28/09/2020 - Licenza esclusiva a Nicola Timelferi



### ECOLINE WASH I CLIENTI LI PASSA IL FRANCHISOR

Non poteva mancare questo network, divenuto ormai sinonimo di successo nel settore del lavaggio auto a vapore a domicilio. Una realtà consolidata che ha reclutato 20 nuovi affiliati nel solo 2019, può contare su una rete di circa 100 franchisee e si sta sviluppando anche all'estero. Recente l'avviamento del Master in Romania. Tra le novità più interessanti, mirate a offrire un supporto sempre più efficace alla rete, la facilitazione del reperimento di clienti tramite *lead generation* con contatti qualificati e l'inserimento della figura dell'*area manager* per un'assistenza rapida e puntuale agli affiliati in tutti gli aspetti della loro attività. INFO: tel. 0521 291272, Numero Verde 800 031931, [www.ecolinewash.it](http://www.ecolinewash.it)

Admancos - ti. edita - edita del 30/09/2019 al 28/09/2020 - Licenza esclusiva a Nicola Timelferi



## REPORTAGE DAL SALONE FRANCHISING MILANO 2019



HAMERICA'S

**Il ristorante costruito attorno a te**

Al Salone Franchising Milano 2019 arriva Hamerica's, il nuovo format nel settore della ristorazione veloce dove il sogno americano prende forma. Determinazione, coraggio e duro lavoro sono le caratteristiche impresse nel dna di questa catena (14 ristoranti diretti e 1 in franchising) nata da una famiglia con oltre 20 anni di esperienza nella ristorazione. Un format unico, come uniche sono le location che verranno confezionate per ciascun nuovo affiliato da una squadra di architetti dedicata, riproducendo in ogni ambiente le caratteristiche di un tipico locale americano, attraverso l'utilizzo di arredi autentici scelti appositamente. Ma se l'ispirazione del locale arriva da Oltreoceano, la qualità dei prodotti è tutta Made in Italy: parte direttamente dal Piemonte, infatti, carne selezionatissima è servita in tutta la catena. INFO: tel. 02 83660434 [www.hamericas.com](http://www.hamericas.com) [franchising@hamericas.com](mailto:franchising@hamericas.com)

**LINK MOTORS  
VENDERE AUTO CON  
LE NUOVE TECNOLOGIE**

In 3 anni già 53 affiliati. Sono questi i numeri che Link Motors, il franchising automotive specializzato nel servizio di vendita auto e moto tra privati, presenta al 34° Salone Franchising Milano. Un'esperienza 30ennale nell'automotive, finanza, informatica e immobiliare ha permesso al franchisor Link Motors di sviluppare un sistema informatico unico e non replicabile, in grado di generare lead/contatti/clienti, in qualsiasi momento e senza limiti per l'affiliato. Il sistema permette di acquisire così oltre 100 veicoli per la vendita in pochi mesi, questo significa poter disporre di un parco auto di circa 1 milione di euro senza aver mai acquistato nulla! I servizi legati alla vendita sono resi come delle fonti di guadagno parallele alla semplice intermediazione, ottenendo utili superiori a quelli di un concessionario ufficiale. INFO: tel. 06 86203661, [www.linkmotors.it](http://www.linkmotors.it), [linkmotorsfranchising@gmail.com](mailto:linkmotorsfranchising@gmail.com)

**MOVING PEOPLE  
Per un mondo  
che si muove**

Importanti novità per questo brand, di cui è titolare Gruppo Europa, società controllata da ExtraBanca, le cui 110 agenzie offrono servizi per chi viaggia nel mondo, in particolare agli immigrati. Tra queste, la consulenza legale in ambito immigrazione, in collaborazione con uno studio specializzato. Inoltre, da oggi è disponibile il servizio di acquisizione dell'identità digitale, nonché (grazie a una convenzione con Lyca Mobile) la vendita di vantaggiose sim card dedicate a singoli Paesi. Prossimo obiettivo, il riconoscimento ufficiale da parte del Ministero dell'Interno, finalizzato ad alleggerirne il lavoro di smaltimento delle pratiche, incrementando allo stesso tempo il business delle agenzie. INFO: [www.movingpeopleworld.com](http://www.movingpeopleworld.com) [svilupparete@gruppoeuropa.eu](mailto:svilupparete@gruppoeuropa.eu)

Abbreviazione a 6844 volume del 30/09/2019 al 29/09/2020 - Licenza esclusiva Nicola Tomelleri

**MIA COSMETICS  
NON PRODOTTI, MA SOLUZIONI DI BELLEZZA**

Debutta al Salone Franchising 2019 Mia Cosmetics, la catena franchising di negozi di cosmetici Made in Italy che porta la bellezza italiana nel mondo. Dall'avvio del progetto franchising nel 2015 a oggi, Mia Cosmetics ha inaugurato 42 punti vendita distribuiti in tutta Italia e 10 all'estero (con una nuova apertura al mese di media in totale) destinati a breve ad aumentare, facendo il proprio ingresso in Paesi quali Egitto, Algeria, Cina e altri. Il segreto del successo di questo marchio sta nel non offrire prodotti, ma "soluzioni di bellezza", avendo cura di ogni cliente. Un successo che tradotto in numeri significa: +20% di vendite nel 2018 e uno scontrino medio superiore del 40% rispetto a quello dei maggiori competitor. Aprire un negozio Mia Cosmetics non richiede fee d'ingresso, royalty né fidejussione. INFO: 081 5029629, [www.miacosmetics.it](http://www.miacosmetics.it), [franchising@miacosmetics.it](mailto:franchising@miacosmetics.it)



MUNAY

### Un futuro nel segno del naturale

Ottima affluenza allo stand di Munay, una proposta innovativa nel campo della cosmetica biologica con grandi potenzialità di sviluppo e crescita, in un mondo che punta sempre di più all'ecosostenibilità. Nei suoi punti vendita vengono proposti cosmetici naturali, realizzati con materie prime di altissima qualità e in maniera artigianale interamente in Italia. A completamento del business, incensi naturali, pietre e cristalli, oli essenziali e tutto ciò che riguarda il mondo olistico. L'affiliazione non richiede royalty né fee d'ingresso, tantomeno obbligo di acquisto minimo prodotti. Il franchisor offre inoltre un supporto completo sulla base della sua esperienza e know-how. INFO: [www.munaystore.com](http://www.munaystore.com), [franchising@munaystore.com](mailto:franchising@munaystore.com)

Affiliazione in corso valida dal 2019/2019 al 2019/2020



THE LONGEVITY SUITE

### AZIONE SUI FATTORI DELLA LONGEVITÀ

Prima presenza al Salone anche per questo brand, che si caratterizza per l'alto livello della sua proposta, incentrata su un concetto di benessere e bellezza globale. I suoi centri, contraddistinti da ambienti di notevole eleganza, propongono infatti una serie di trattamenti studiati da medici e farmacisti che si integrano, agendo su tutti i fattori che influiscono sulla longevità. Tra questi, la crioterapia con attrezzature all'avanguardia e "dolci" che non utilizzano l'azoto liquido. Fondamentali poi la dietetica, con programmi personalizzati e prodotti detox, l'attività fisica e il supporto psicologico. Dato il target medio-alto cui si rivolge il brand, grande importanza viene attribuita alla location. INFO: [www.thelongevitysuite.com](http://www.thelongevitysuite.com), [info@thelongevitysuite.com](mailto:info@thelongevitysuite.com)

Affiliazione in corso valida dal 2019/2019 al 2019/2020



### TUTTOCAPSULE TUTTA LA PASSIONE PER IL CAFFÈ... IN UNA CAPSULA

La nota catena di capsule in Italia, Tuttocapsule, approda al Salone Franchising 2019 con un format ancora più flessibile e innovativo: progettazione negozio, insegna, training, comunicazione e marketing a soli 4.900 euro. Entra nella grande squadra di Tuttocapsule e impara come

trasmettere la passione per il caffè. Nei negozi Tuttocapsule viene venduto il meglio del Made in Italy e l'offerta di prodotti è rinnovata costantemente, per avere sempre un caffè per tutti: per chi cerca il marchio, per chi vuole la torrefazione storica, per chi è attento al biologico e al compostabile, per chi non si accontenta mai delle novità. Tuttocapsule crede fortemente nei negozi di vicinato, perché qualità e varietà hanno bisogno di essere raccontate. Per questo aprire un franchising con Tuttocapsule significa crescere insieme. INFO: tel. 011 9968275, [www.tuttocapsule.it](http://www.tuttocapsule.it), [commerciale@tuttocapsule.it](mailto:commerciale@tuttocapsule.it)

Affiliazione in corso valida dal 2019/2019 al 2019/2020

UNIPOINT

### Alla guida di un nuovo business

Ha destato grande interesse Unipoint, brand nato per iniziativa di UniEnergia e format singolare a partire dalla location: i concessionari di auto. Grazie ad accordi presi dalla casa madre con questi ultimi (che garantiscono un flusso di 500-1.000 persone al mese), vi si può aprire, senza costi per l'utilizzo degli spazi, un point per la vendita dei servizi luce e gas di UniEnergia, dove i clienti che aderiscono alle sue forniture possono usufruire di numerosi vantaggi. Per esempio, uno sconto aggiuntivo sull'acquisto di un'auto elettrica e sconti sulle forniture energetiche. Per gli affiliati, prevista la formula "soddisfatti o rimborsati" entro un anno.

INFO: Numero Verde 800 907445, [www.unienergia.it](http://www.unienergia.it)

