



Casa dolce casa

O almeno, che sia bella! Così la pensano gli italiani che spendono in media 1 miliardo e 300 milioni di euro già solo per le cucine. E quali saranno i trend futuri del mercato? Ecco una guida rapida per chi vuole mettersi in proprio con il franchising nel settore dell'oggettistica e dell'arredo

di Agostino Riitano

Per gli italiani vale sempre il motto "casa dolce casa". Per decorarla sono disposti a spendere, anche quando i risparmi sono attaccati dalle contingenze economiche. I numeri sono importanti ed è questo uno dei fattori da tenere in considerazione quando si cerca un settore merceologico in cui aprire il proprio negozio affiliato.

CHE CASA VOGLIAMO?

Partiamo dai numeri, quindi. Gli abitanti dello Stivale devono mediamente arredare e "riempire" 104 metri quadrati di casa, il 42 per cento abita in immobili di meno di 90 metri quadrati e solo il 10 per cento da 150

metri. Altri due fattori da tenere a mente per chi vuole aprire un negozio in questo settore merceologico: la casa è sempre viva, ovvero gli oggetti e l'arredamento cambiano nel corso degli anni; gli italiani tendono a personalizzare l'abitazione. Secondo una ricerca di Federlegno riferita all'anno 2011 che ha fornito questi dati, "il consumatore cerca idee online e nelle vetrine per poi iniziare a guardare i prezzi e andare dal rivenditore che offre prodotti più consoni alle proprie esigenze, confrontandosi con amici e parenti". E, inoltre, intervistando oltre 2.500 persone, il profilo che ne risulta è di un consumatore spesso poco esperto, senza un rivenditore di fiducia, diso-

>>



COOSA Zoom

Borgo Terzile
HOME COLLECTION

Numero punti vendita: 15 (+ 4 prossima apertura)
Investimento iniziale medio: 800-1.200/mq comprensivo di arredo, opere elettriche, pavimento, condizionamento e sistemi informatici integrati
Personale: da 1 a 3 persone compreso il titolare
Superficie media del pv: minimo 80 mq
Fee di ingresso e/o royalty: no (fidejussione bancaria 45mila euro)

CASA ANVERSA

Punti vendita: più di 40
Superficie media del pv: minimo 100 mq
Bacino di utenza: 100.000 abitanti
Esperienza nel settore: no



Investimento iniziale medio: 3 proposte
35.000 euro + Iva, 50.000 euro + Iva, 100.000 euro + Iva
Superficie media del pv: 3 proposte di affiliazione (30 mq, 70/80 mq collezione completa, 70/80 mq collezione completa ambientata)
Esclusiva territoriale: 50.000 abitanti

coincasa

Punti vendita diretti: 57
Punti vendita affiliati: 12 (Italia) + 18 (estero)
Investimento iniziale medio: 400 euro/mq
Fatturato medio annuo per pv: a seconda della dimensione del pv
Superficie media del pv: da 180 mq
Fee di ingresso e royalty: no
Esperienza nel settore: preferibile



<<

rientato e confuso nella marea di promozioni e di informazioni veicolate soprattutto tramite web. La crisi economica ha lasciato comunque i segni nel settore, con una diminuzione dei volumi di vendita del 3,1 per cento nel 2011, dopo che già nel 2009 si era registrato il meno dieci per cento.

I TREND DEL SETTORE

"I trend del consumo evidenziano maggiore attenzione verso un'offerta di valore, qualità e servizio, oltre che curiosità e desiderio di esplorazione tra culture e stili diversi. Diventano importanti i rapporti basati sulla fiducia e l'esperienza diventa garanzia", dicono da COINCASA, azienda che "seleziona stili e influenze da tutto il mondo, interpretandoli con il gusto italiano dell'abitare". Il mercato italiano sembra attirare molte catene estere, soprattutto francesi. Come dicono infatti dalla SALM, azienda transalpina proprietaria della catena Sch-



Punti vendita diretti (estero): 1
Punti vendita affiliati (estero): 61
Superficie media del pv: da 50 a 100 mq
Bacino di utenza: oltre 70mila abitanti
Esperienza nel settore: sì
Investimento iniziale: da 400 a 700 euro/mq
Fatturato medio annuo: 3.000 euro/mq tasse escluse
Fee d'ingresso: 15.000 euro
Royalties: 2% del fatturato tasse escluse + 1,5% per pubblicità e marketing



Punti vendita diretti (estero): 1
Punti vendita affiliati: 3 + 130 estero
Superficie media del pv: oltre 250 mq
Bacino di utenza: oltre 70mila abitanti
Esperienza nel settore: sì
Investimento iniziale: oltre 100.000 euro
Fatturato medio annuo: 1.500.000-1.800.000 euro a regime
Fee d'ingresso: sì
Royalties: sì



Superficie media del pv: minimo 120 mq
Bacino di utenza: 15/20.000 abitanti
Esperienza nel settore: non necessaria
Investimento iniziale: 40/50.000 euro (primo impianto merce) + 350 al mq per l'arredo
Fatturato medio annuo: da 350.000 a 700.000 euro
Fee d'ingresso: 2.600 euro
Royalties: no



Punti vendita: 50
Superficie media del pv: 80/150 mq
Investimento iniziale: 15/25.000 euro per l'arredamento (a seconda della tipologia del locale e delle strutture)
Margine garantito: 40% sull'incassato al netto dell'Iva
Fee d'ingresso: no
Royalties: no

cine, "oltre il 20 per cento delle abitazioni italiane deve ancora essere arredato. Per il resto, la tendenza dei nuovi nuclei familiari è quella di migliorare la propria casa e di conseguenza l'arredamento. Il mercato italiano delle cucine è secondo solo a quello tedesco con un miliardo e 300 milioni di euro di giro di affari nel 2011. **Gli italiani spendono molto anche nel rinnovo con un cambio di cucina in media ogni 13 anni.** Noi serviamo un target medio-alto della clientela e per quella italiana abbiamo apportato delle migliorie, rispetto alla nostra offerta europea. Abbiamo adattato il design con una linea esclusiva per l'Italia e l'investimento. Possiamo contare su 1.800 mobili per mille combinazioni possibili. Offriamo soluzioni agevolate per chi ha difficoltà di accedere al credito. L'obiettivo è aprire a Milano e in Lombardia e a Torino".

Dal Belgio arriva **Ixina**, brand attivo nelle cucine attrezzate e componibili,

>>

Zoom



<<

che ha ripreso lo sviluppo in franchising in Italia con tre punti vendita a Bari, Roma e Vigevano (Pv). "Dopo tre anni di sperimentazione nel nostro negozio pugliese - dicono **Philippe Mammone**, amministratore delegato del gruppo, e **Giuseppe Chimienti**, franchising development manager Italy - ora intendiamo svilupparci sul mercato italiano".

Anche Ixina, come Schmidt Cucine ha modificato la sua offerta per venire incontro alle esigenze e alle particolarità dell'economia italiana. "Abbiamo capito - aggiungono - che il mercato italiano si differenzia per molti aspetti. A partire dalla fascia di investimento fino allo stile. Senza dimenticare il lavoro che va fatto sugli affiliati, sulla loro formazione e sulle loro motivazioni". Altra catena francese attiva nel comparto dell'oggettistica della casa è **Comptoir de Famille**. "Grazie ai 30 anni di esperienza, i nostri prodotti, ispirati alle case francesi tradizionali, occupano a oggi un posto esclusivo sul mercato dell'oggettistica e della regalistica".

INVESTIMENTI E METRATURE

La location per chi intende aprire un negozio di cucine ha dimensioni medio-alte. Si parte da circa 80 metri quadrati fino anche a oltre 300 metri quadrati. Questo influenza, inevitabilmente, le spese vive che si alzano e che si attestano sui 100mila euro. Anche se molte catene straniere, per venire incontro alle capacità di spesa dell'imprenditore italiano, hanno abbassato le barriere di ingresso nella rete, fee e canoni annuali. La metratura e l'investimento si abbassano quando si passa a negozi di oggettistica per la casa, con spazi a partire da 30 metri quadrati. Per quanto riguarda l'esperienza, è richiesta solo da alcuni franchisor, va comunque seguito un corso di formazione.



Forse non tutti sanno che...

Il mercato interno continua a dare segni di arretramento, ma continua a "tirare" l'export. Secondo l'Osservatorio Gea-Fondazione Edison, l'Italia si colloca nei primi tre posti al mondo tra i paesi esportatori in tutti i 17 prodotti in cui è suddiviso statisticamente il settore mobili e lampade. E nel 2011 i mobili hanno contribuito alla bilancia commerciale italiana con l'estero con un surplus di 6,3 miliardi di euro. Secondo una ricerca condotta dal centro studi CSIL l'Italia è il quarto produttore mondiale nel mercato dell'arredamento, con una quota pari al 10 per cento, dopo USA, Giappone e Germania.

L'OUTLET del KASALINGO

Punti vendita: 35 (di cui 29 affiliati)
Superficie media del pv: 120 mq (compreso magazzino)
Bacino di utenza: minimo 40.000 abitanti
Esperienza nel settore: non necessaria
Investimento iniziale: a partire da 30.000 euro
Fatturato medio annuo: 400.000 euro
Fee d'ingresso: 3.000 euro
Royalties: no



Punti vendita diretti: 5
Punti vendita affiliati: 3
Superficie media del pv: 50/80 mq
Bacino di utenza: 50.000 abitanti
Esperienza nel settore: non necessaria
Investimento iniziale: 20/40.000 euro
Fatturato medio annuo: 300.000 euro
Fee d'ingresso: no
Royalties: 5%



Punti vendita: 5 + 9 estero
Superficie media del pv: 40/150 mq
Esperienza nel settore: no
Fee d'ingresso: sì
Royalties: sì

Materassi & Materassi

Il Riposo Naturale

Superficie media del pv: da 90 mq
Bacino di utenza: 35.000 abitanti
Investimento base: da 15.000 euro
Fee d'ingresso: no
Royalties: no

CO.SA Zoom

OGGETTIVAMENTE CASA MERTOLI

Punti vendita: 40
Superficie media del pv: da 50 a 100 mq
Bacino di utenza: da 5.000 a 24.000
Investimento iniziale:
10.000 euro per l'arredo rateizzati in 12 mesi
Incasso medio annuo: 150.000 euro
Fee d'ingresso: 2.000 euro
Canone software: 500 euro/anno

NUSCO

Punti vendita diretti: 11
Punti vendita affiliati: 12
Superficie media del pv: da 120 a 150 mq
Bacino di utenza: almeno 30.000 abitanti
Esperienza nel settore: non necessaria
Investimento iniziale: compreso tra 30.000 e 60.000 euro
Fee d'ingresso: sì
Royalties: 1%

THUN

Punti vendita: 1.136 totali di cui 33 diretti e 305 tra monomarca e franchising (2012)
Investimento base per arredi: circa 75.000 euro + prima fornitura circa 50.000 euro
Fee di ingresso: nessuna
Superficie media del pv: 70/80 mq e due vetrine. Magazzino di almeno 20/30 mq
Bacino di utenza: oltre 60.000 abitanti
Personale: per shop in centro storico 1 persona full time e 1 part time; per shop in centri commerciali 3 persone full time
Fatturato medio annuo: 420.000 euro
Esperienza nel settore: predisposizione commerciale e spirito imprenditoriale

Le informazioni sono state comunicate dai franchisor o reperte, ove presenti, sui siti web istituzionali.



Arredamento online

Armonia Arredamenti - www.armoniarredamenti.it
Artefice delle Meraviglie - Non disponibile
Asta Mobili - www.astamobili.it
Bellora - www.bellora.it
Borgo Tessile - www.borgotessile.com
Busatti - www.busatti.com
Caprai - www.caprai.it
Casa-co - www.casa-co.it
Casa Anversa - www.anversa.com
Casa Veneta - www.casaveneta.com
Ceramic Butterfly - www.ceramicbutterfly.it
Gambarelli - www.gambarelli.it
Chateau d'Ax - www.chateau-dax.it
CoinCasa - www.coin.it
Comptoir de Famille - www.comptoir-de-famille.com
Conforama - www.conforama.it
Divani & Divani - www.divaniedivani.it
Dolfi - www.dolfi.it
Estel - www.estel.com
Fiordalisi - www.fiordalisi.it
Foppapedretti - www.foppapedretti.it
Geneviève Lethu - www.genevievelethu.com
Graniti Fiandre - www.granitifandre.it
Ixina - www.ixina.it
Kasanova/L'Outlet del Kasalingo - www.kasanova.it
Kisené - www.kisene.it
La Bottega della Casa - www.labottegadellacasa.com
La Cornucopia - www.lacornucopia.it
La Gabbianella - www.lagabbianella.com
La Murrina - www.lamurrina.com
Linn-sui - www.linn-sui.com
MammaRò - www.mammaro.com
Materassi & Materassi - www.materassiematerassi.it
Mercatone Uno - www.mercatoneuno.com
Mertoli Oggettivamente Casa - www.mertoli.it
Mobilmarket - www.mobilmarket.it
Nusco Porte - www.nuscoporte.com
Oltrefrontiera - www.oltrefrontiera.it
Poltrone Sofà - www.poltronesofa.com
Rintal - www.rintal.com
Schmidt Cucine - www.schmidtcucine.it
Thun - www.thun.com
Wald - www.wald.it