

HRC COMMUNITY: LA "RICETTA" PER TROVARE I NUOVI TALENTI PROFESSIONALI

# Economy

MODELLI. OPPORTUNITÀ. SOLUZIONI.

Giugno 2017 | Euro 4,50



## COME FARSI INVESTIRE DA UN PIR

CON I NUOVI FONDI  
ESENTASSE  
AGLI ITALIANI CONVIENE  
FINANZIARE LE PICCOLE  
E MEDIE IMPRESE.  
DUE PROTAGONISTI  
SPIEGANO PERCHÈ

### OFFERTA

ENNIO DORIS  
Banca Mediolanum

### DOMANDA

VINCENZO BOCCIA  
Confindustria

**FEDERMANAGER/** Tornano ad aumentare i dirigenti

**COMMERCIALISTI/** Miani: «Potete chiederci di più»

#### DE BORTOLI

Attenti alle fake news  
la Rete non sa distinguerle

#### STORY LEARNING

Maire Tecnimont, colpo grosso  
con il colosso Gazprom

#### AINIO

Addio pubblicità  
largo all' e-commerce

#### ANTISTRESS

Il migliore amico del leader  
ha quattro zampe



#### CICERO

Valore Impresa lancia il nuovo  
modello di rappresentanza



#### MALAGO'

«Lo sport? Un'ottima palestra  
per chi vuole intraprendere»



# Cioccolati italiani, un business che fa gola

**Fondato da un 25enne nel 2009, oggi è uno dei più importanti retail format italiani nel mondo. E ora la finanza apre la borsa per fargli raddoppiare i punti vendita**

di Francesco Condoluci



GIANNI E VINCENZO FERRIERI. A DESTRA: LO STORE DI VIA TORINO A MILANO



**S**tarbucks, Pizza Hut, Häagen-Dazs. A Vincenzo quei nomi non andavano proprio giù. «Ma com'è possibile pensava – che se dici caffè, pizza o gelato, pensi all'Italia, ma poi ti guardi intorno e nel mondo trovi questi brand americani a vendere le nostre eccellenze? È da qui che sono partito». Era più di 10 anni fa. E a quel tempo, Vincenzo Ferrieri – un cognome che a Napoli, da dove viene la famiglia, fa rima con pasticceria – aveva poco più di vent'anni e una carriera predestinata nella finanza. Si trovava infatti a New York, per integrare il percorso di studi che in seguito l'avrebbe portato a lavorare tra Milano e la Svizzera. Ma quel tarlo

sul food retailer made in Usa che “scippano” il nostro business, non l'avrebbe abbandonato nemmeno negli anni a seguire, mentre si occupava di private equity: «Gestire un'impresa era il mio vero obiettivo, anche per questioni familiari». Così, quando nel 2008, il papà Gianni, pasticciere di lungo corso, s'è convinto a vendere tutto giù a Napoli, Vincenzo ha potuto implementare il sogno che si portava dietro da un po': costruire un retail format focalizzato su un prodotto food. La scelta è caduta sul cioccolato, settore senza competitor in Italia e alimento in grado di combinarsi con gelati, caffè e pasticceria, marchio di fabbrica dei Ferrieri. Un tesoretto

da 800 mila euro – il capitale messo insieme con la vendita della vecchia attività – e un'idea affinata con dodici mesi di studio: così è potuto nascere Cioccolatitaliani, il primo format italiano dedicato al mondo del cioccolato che nel 2009 ha aperto il suo primo flagship store a Milano e poco più di un mese fa – cioè appena 8 anni dopo lo startup – ha sottoscritto con Interbanca (società del gruppo Banca Ifis, operatore di riferimento nel supporto finanziario alle Pmi Italiane) un accordo a più linee di finanziamento per un importo di 4,7 milioni. Un'operazione di finanza strutturata, finalizzata a sostenere le nuove aperture di Cioccolatitaliani, che è un po' un unicum nel panorama delle nostre Pmi. «Ci siamo arrivati perché la nostra, anche se small cap, è a debito zero e con un potenziale di crescita importante», puntualizza Vincenzo. Infatti, in mezzo, tra il primo store del 2009 e il deal con Interbanca che prevede il raddoppio dei punti di vendita nel mondo entro il 2018, ci sono state 23 aperture tra Italia ed estero, 460 dipendenti assunti, un fatturato 2016 da 26,8 milioni (con un EBITA pari al 12% del suo totale), un volume d'affari che cresce del 40% all'anno. Abbastanza insomma, da convincere chiunque a dare fiducia.

## GUSTO&MANAGERIALITÀ: ECCO LA KILLER APP

Comunicazione, location speciali, materie prime d'eccezione e una filiera dedicata esclusivamente al cioccolato declinato in ogni possibile variante. Cioccolatitaliani è molto di più di una semplice catena di cioccolaterie. Al di là dei numeri, che fanno impressione – 5.343 caffè serviti ogni giorno e quasi 1,5 milioni di gelati preparati all'anno – la sua vera leva strategica è l'innovazione. A febbraio, ad esempio, lo store di Via De

Amicis è stato trasformato in un nuovo concept di somministrazione, il primo “from bean to bar live” d'Europa: una sorta di “fabbrica del cioccolato” dove la materia prima, il cacao, di origine selezionatissima e controllata viene lavorato in loco, con tutti i processi a vista. «L'azienda si basa su visione, competenza, managerialità – ama ripetere Vincenzo Ferrieri – la managerializzazione è il punto dolente delle pmi

italiane. Siamo bravissimi a fare prodotto, molto meno a essere competitivi perché spesso manca la visione e un management all'altezza. Cioccolatitaliani ha costruito il suo business model su questi tre elementi. Ora puntiamo ad espanderci ancora di più sull'estero dove finora, in Medio Oriente e Albania, avevamo lavorato con il franchising e il master-franchising. Ma presto sbarcheremo in Germania, Spagna, Portogallo».