



Il galletto di BEFeD, da Roma alla Francia

Il format di ristorazione con sede ad Aviano si appresta a festeggiare entro la fine dell'anno il locale numero 30. La strategia prevede uno sviluppo sia diretto sia in franchising, e proprio attraverso partner locali punta a conquistare anche l'estero: Francia in primis, poi Germania

Con le recenti inaugurazioni all'interno del Settimo Cielo Retail Park (TO), nel centro commerciale Adigeo a Verona e a inizio anno a Oriocenter (BG), BEFeD porta la propria ricetta del galletto, custodita gelosamente e prodotta da Valle Spluga, in 27 locali in Italia. E nel menu non possono mancare la Salsa BEFeD e la birra artigianale BEFeD, la prima prodotta da un'azienda vicino a Venezia e la seconda in stabilimenti di proprietà. Nel mirino del brand di ristorazione nato nel

1996 è previsto lo sbarco a Roma a ottobre, mentre a novembre dovrebbe aprire i battenti il primo locale al di fuori dei confini nazionali: a poca distanza da Ginevra sulla sponda francese del lago. Lo sviluppo passa attraverso nuove aperture condotte sia direttamente sia in affiliazione, con due opportunità di investimento: il format *Small & Take Away Formula* oppure *Original*. La prima, con locali dalle superfici e dall'investimento più contenuti, è pensata per location nel centro delle piccole e medie città, in centri commerciali o

entertainment center con apertura a pranzo e a cena. La seconda è legata alle origini della formula di successo BEFeD con superfici più ampie e location particolarmente accoglienti. L'accelerazione dello sviluppo, tuttavia, è arrivata solo da qualche anno con l'ingresso prima in qualità di franchisee e poi di socio al 50% in **BEFED Franchising Srl** di **Gianpietro D'Adda**, divenutone presidente e amministratore, a cui abbiamo chiesto di condividere i progetti di crescita del format del galletto sia in Italia sia all'estero.



Gianpietro D'Adda, presidente e amministratore di BEFED Franchising Srl

Innanzitutto, ci può raccontare il suo ingresso in BEFeD e i suoi piani di sviluppo del brand?

BEFeD è nata nel 1996, ad Aviano, con il primo locale. La proposta con alla base il galletto è stata studiata dai soci storici in maniera decisamente azzeccata. Soci che negli anni hanno dato seguito a un percorso di crescita molto ponderato, attento alle varie dinamiche di mercato. Io, verso la fine del 2014, sono entrato tra gli affiliati rilevando due locali da un imprenditore e piano piano ho realizzato diverse aperture sino al 2017. In totale ne ho portate a termine 8 nel giro di due anni e mezzo. In seguito i soci hanno deciso di collaborare con me, tanto che ho acquisito il 50% di BEFeD Franchising e da fine 2017 ne sono amministratore. L'attività attuale, parallelamente al-

Il brand in pillole

Nascita del brand
1996

Sede
Aviano

Proprietà
BEFeD Franchising Srl

Numero di locali
27

Format/Mq
Small & Take Away Formula/200 mq
Original/oltre 500 mq

Canali di sviluppo
Urban, centri commerciali, parchi commerciali

Aperture
4 nel 2018

Aperture previste
7 nel 2019

Edifis Intelligence

le aperture, consiste in una riorganizzazione interna e in un potenziamento dello staff: basti pensare che quando ho preso in mano l'azienda nel 2017 l'ufficio franchising contava due dipendenti contro i 10 attuali e che non c'era un ufficio marketing. Ad oggi abbiamo anche chi segue direttamente le persone sui punti vendita, abbiamo uniformato i sistemi gestionali e creato una piattaforma logistica. L'intento è di strutturarci ulteriormente per raggiungere l'obiettivo di avere circa 50 locali aperti, tutti performanti, entro due o tre anni. **Quanti locali conta attualmente BEFeD e quante aperture sono previste nel corso del 2019?**

BEFeD conta attualmente 27 ristoranti, in virtù di quattro aperture realizzate nel 2018 e di altrettante condotte nella prima parte del 2019, con la prospettiva di portarne a termine altre tre entro la fine dell'anno, di cui una in Francia. Quella di Thonon Les Bains nei pressi di Ginevra, sulla sponda sud del lago, è prevista tra fine di ottobre e novembre e sarà la prima all'estero.

In quali canali distributivi sviluppate e come declinate il vostro format in base alla tipologia di location?

Stiamo sviluppando soprattutto nei centri città, nei centri commerciali e nei retail park, come dimostrano anche le ultime aperture. In questi contesti operiamo con il format easy, di circa 200 mq, mentre l'altro format con cui ci proponiamo sul mercato, definito Original, si estende su metrature che raggiungono i 500-700 mq e lavora in orari prettamente serali.

Quanto incide il franchising?

Ad oggi 17 locali sono di nostra proprietà e 10 in affiliazione. Per il futuro intendiamo incrementare il numero sia dei locali diretti sia di quelli in franchising. Ad esempio la prima apertura in Francia sarà condotta proprio tramite un partner. Per il format Small & Take Away Formula, che è quello che va per la maggiore, parliamo di un investimento di circa 150mila euro. Mentre per un locale Original parte dai 300mila euro. Quest'ultimo è sempre più difficile da aprire perché, affinché funzioni, occorre chi vi investe debba essere presente e condurlo in prima persona; mentre ad oggi vi è la tendenza da parte dei grandi franchisee di differenziare gli investimenti e di far gestire i locali a persone terze. Sottolineo che, grazie a un accordo stipulato con un importante istituto di credito, riusciamo ottenere finanziamenti sino al 60-65%. Nel complesso il profilo del potenziale franchisee corrisponde a quello di un investitore che ha già maturato esperienze analoghe in altre realtà e che si presenta fortemente motivato in quanto conosce approfonditamente la realtà di BEFeD. **Le aperture ad Adigeo (VR), al Settimo Cielo Retail Park (TO) e a Oriocenter**

dimostrano il vostro interesse per location primarie e parallelamente rapporti ormai consolidati con i principali attori del mercato. Proprio da questo punto di vista come giudica l'interesse del mercato verso il format BEFeD?

Premetto che a Settimo Torinese abbiamo beneficiato di una situazione particolarmente positiva perché in quella zona eravamo già presenti con un locale storico – quindi eravamo molto conosciuti – che abbiamo deciso di chiudere per realizzare la nuova apertura nel parco commerciale. E devo dire che per il primo periodo di attività non ci aspettavamo affluenze così importanti, con il locale sempre pieno sia a pranzo che a cena, tutti i giorni. E siamo così soddisfatti che l'idea di aprirne un altro nell'hinterland di Torino è molto concreta. Venendo alla sua domanda, il rappor-



to con le società di commercializzazione dei centri e parchi commerciali è piuttosto buono in quanto negli ultimi anni mi sono fatto conoscere e ho fatto conoscere BEFeD. Soprattutto ho fatto capire loro che da quando sono arrivato io c'è una forte volontà di sviluppo e di investire, come dimostrano le recenti aperture e la prossima che faremo, probabilmente a ottobre, all'interno di un importante centro commerciale a Roma. Sarà il primo locale BEFeD nella Capitale. Restando in centro Italia, per il 2020 stiamo studiando un opening all'interno di un retail park molto conosciuto in zona Firenze.

Con l'operazione in Francia darette il via allo sviluppo all'estero. Avete altri progetti fuori dalla Penisola e per realizzarli siete alla ricerca di investitori?

Sempre in Francia stiamo già studiando un altro locale e parallelamente stiamo valutando l'ingresso nel mercato tedesco, in questo caso con un grosso partner. In via generale, ad oggi non stiamo pensando all'ingresso di un possibile fondo di investimento, tuttavia siamo consapevoli che un'iniezione di capitale, anche piccola, potrebbe accelerare ulteriormente lo sviluppo di BEFeD. **A.P.**