

FRANCHISING DOMINO'S PIZZA

*tutto quello che c'è
da sapere*

IMPRENDITORIALITÀ IN ITALIA

**I NUOVI STILI
ALIMENTARI
DEGLI ITALIANI**

**LE IMPRESE
DI RISTORAZIONE
IN ITALIA**

**IL FRANCHISING
IN ITALIA**

**IL FRANCHISING
DI DOMINO'S PIZZA**

cos'è

L'IMPRENDITORIALITÀ?

Vediamo la definizione che ne da il dizionario Treccani.
"L'insieme dei requisiti necessari per svolgere la funzione dell'imprenditore, consistenti essenzialmente nella volontà e capacità di promuovere e organizzare un'impresa economica, insieme con la disponibilità ad affrontarne i rischi."

L'imprenditore, possiamo aggiungere, investe risorse (tempo, denaro) nell'ottica di trarre un profitto, ovvero di ottenere uno sbilanciamento positivo (profitto) tra ricavi e costi.

IL FRANCHISEE È UN IMPRENDITORE?

Di fatto lo è perché investe un capitale su cui nutre un'aspettativa di guadagno (il cosiddetto ritorno sull'investimento o ROI).

Attraverso l'adesione a qualsivoglia sistema di franchising l'imprenditore cerca di semplificare i processi e di migliorare i risultati attraverso modelli di successo.



**FRANCHISING
DOMINO'S PIZZA**

*Il Franchisee
per Domino's Pizza
è un partner
che sviluppa
localmente
il business*

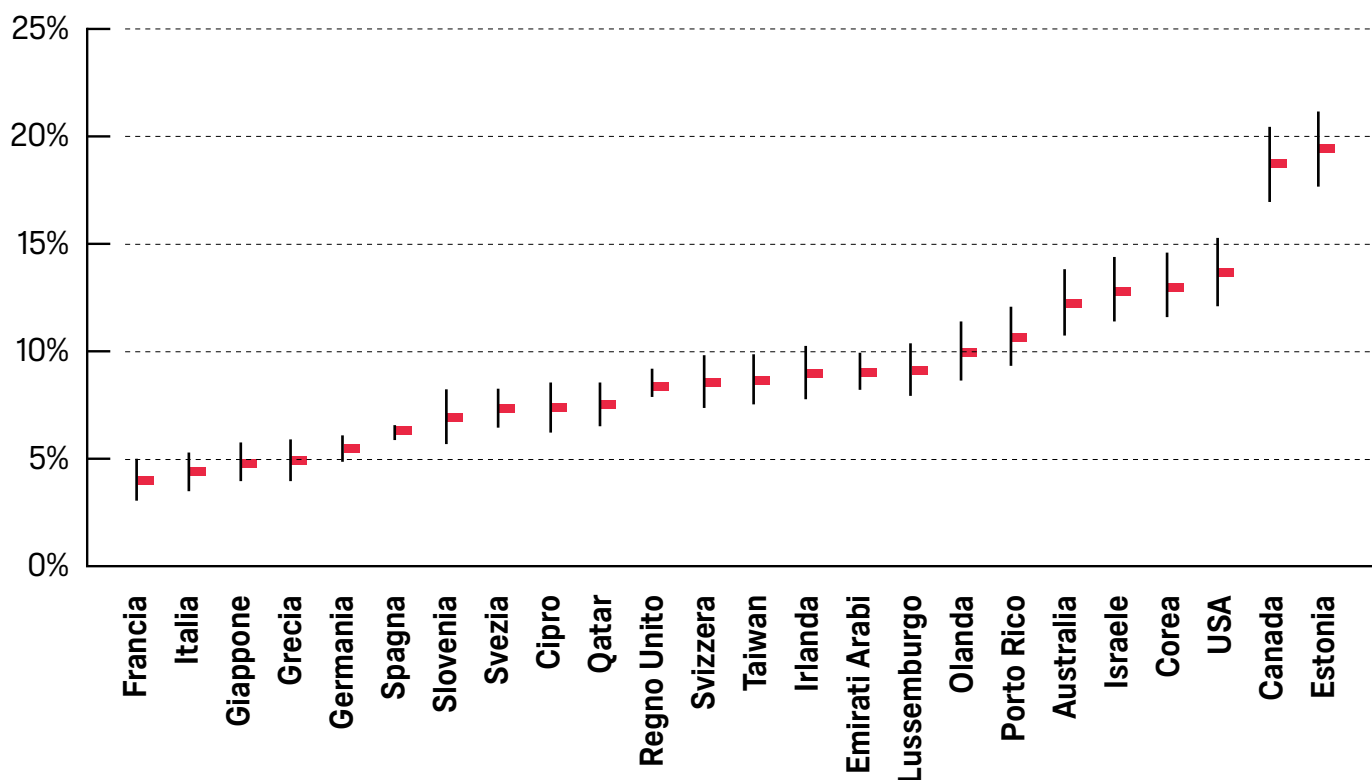


ATTIVAZIONE IMPRENDITORIALE

→ *lo scenario europeo*

In uno scenario di indagine che va dal 2007 al 2017, l'attivazione imprenditoriale ha visto un calo, di cui il picco minimo nel 2010, ha toccato il 2,3% di nuovi imprenditori, per avere poi una **graduale ripresa nel 2014-2017**, con un assestamento intorno al 5%.

In un confronto con gli altri paesi avanzati, detti "innovation-driven", l'Italia si colloca in penultima posizione, prima della Francia, su un campione di 24 Paesi (vedi grafico di sotto).



ATTIVAZIONE IMPRENDITORIALE

→ *in Italia*

In un campione della popolazione tra i 18 e i 64 anni, diviso in 5 fasce di età, il numero più elevato di **imprenditori è concentrato nella fascia 35-44**, seguono le fasce 45-54 e 25-34.

Riguardo la distribuzione dell'attivazione imprenditoriale per stato occupazionale (dividendo la popolazione in lavoratori, disoccupati e studenti/pensionati), rileva la **maggioranza assoluta di imprenditori che al momento dell'attivazione era impegnata in un'attività lavorativa**, mentre gli imprenditori per le altre fasce (disoccupati e studenti/pensionati) è molto marginale.

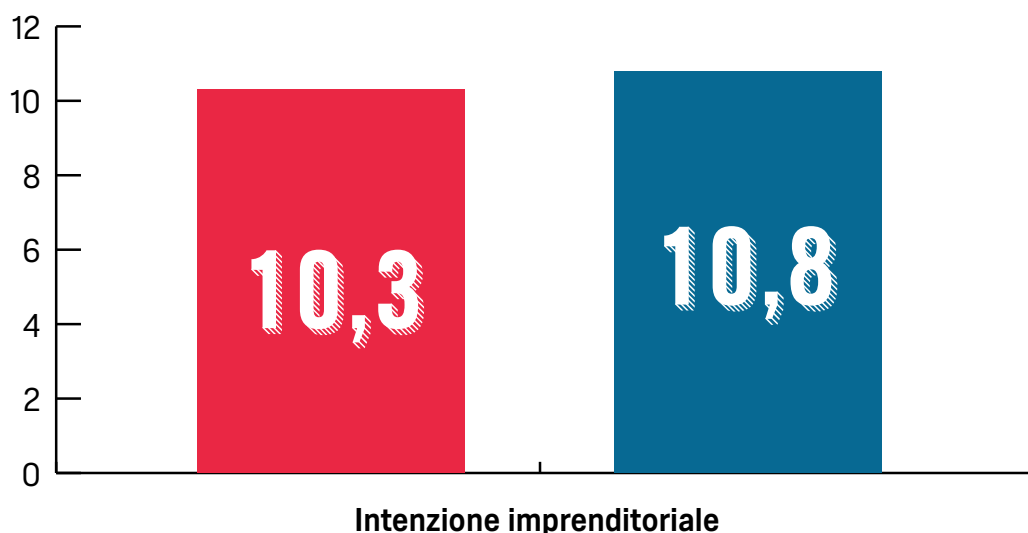
Un'analisi del livello di istruzione degli imprenditori evidenzia come solo il 20% del campione possiede una laurea, mentre il **40% ha un diploma di scuola superiore**.

Un altro dato rilevante è che il **40% degli imprenditori ha un genitore imprenditore**. Ciò sottolinea che la propensione a svolgere un'attività imprenditoriale è significativamente superiore nelle persone che hanno un genitore imprenditore. Inoltre, influisce anche il livello effettivo o percepito delle problematiche legate all'attivazione imprenditoriale (reperimento capitale, informazioni, ecc.).



dall'intenzione imprenditoriale **ALL'EFFETTIVA ATTIVAZIONE**

L'Italia è caratterizzata da **un'elevata discrepanza fra l'intenzione imprenditoriale** (cioè l'interesse verso l'attività imprenditoriale) **e la propensione imprenditoriale** (cioè l'effettiva messa in atto di tale intenzione). Come si evince dal grafico di sotto riportato, i dati dell'Italia rispetto agli altri Paesi europei mostrano in maniera evidente questa discrepanza.



■ % popolazione Italia

■ % popolazione Europa

Quantomeno nell'immaginario, **l'attività imprenditoriale gode in Italia di buona reputazione** e una fetta consistente della popolazione non disdegnerebbe, nelle intenzioni, l'idea di una carriera imprenditoriale.

I problemi sembrano emergere nella messa in atto di tale intenzione.


**FRANCHISING
DOMINO'S PIZZA**

Il modello di business di Domino's Pizza si basa su oltre 50 anni di esperienza in cui ha sempre supportato il proprio partner nella costruzione del business



MA QUALI SONO I PROBLEMI

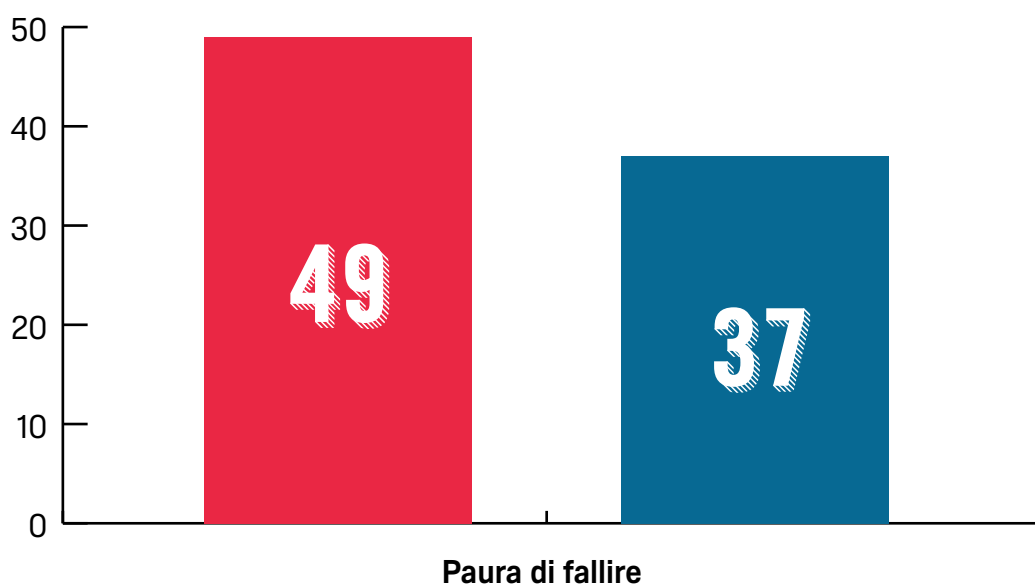
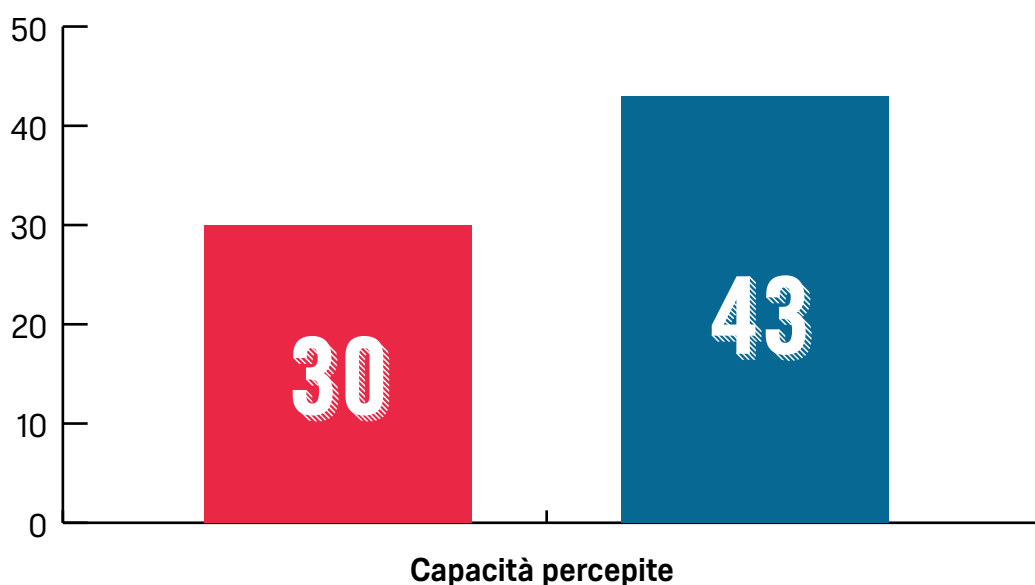
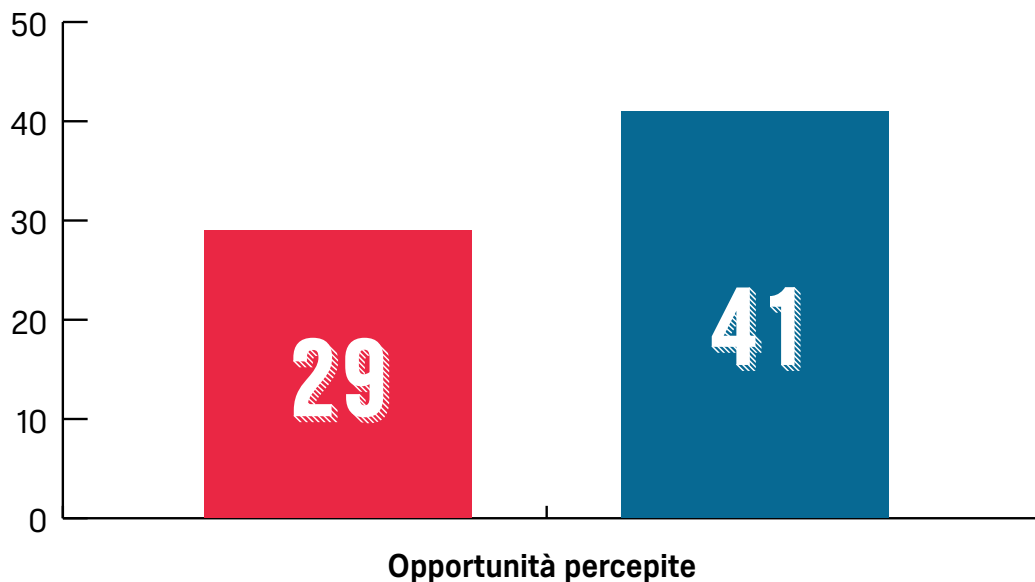
→ *che impediscono* ←

L'ATTIVAZIONE IMPRENDITORIALE?

Questi fattori riguardano la percezione relativa alla presenza di opportunità imprenditoriali, **la paura di fallire** e la percezione dell'**adeguatezza delle capacità possedute** al fine di avviare una nuova iniziativa imprenditoriale.

Per entrambi questi elementi si rileva una significativa differenza fra il nostro Paese e la media europea. In particolare, è più bassa fra gli italiani la percezione della presenza di opportunità per avviare un'attività imprenditoriale ed è significativamente più bassa anche la percentuale di chi ritiene di avere le capacità necessarie ad avviare un'impresa.

A questi due elementi di scoraggiamento all'attività imprenditoriale si aggiunge il fatto che nel nostro Paese è considerato un grave insuccesso "**fallire**". Questi tre aspetti sono fra loro correlati. La paura di fallire è maggiore se non si ritiene di avere capacità e competenze sufficienti all'avvio di un'attività imprenditoriale.



■ % popolazione Italia

■ % popolazione Europa



**IMPRENDITORIALITÀ
IN ITALIA**

**I NUOVI STILI
➤ ALIMENTARI
DEGLI ITALIANI**

**LE IMPRESE
DI RISTORAZIONE
IN ITALIA**

**IL FRANCHISING
IN ITALIA**

**IL FRANCHISING
DI DOMINO'S PIZZA**

IN CASA

→ *cosa accade*

Analizzando i dati emersi dal rapporto sugli stili alimentari degli italiani si nota come **il tempo, la risorsa che scarseggia di più nella vita delle persone, stia fortemente condizionando la relazione con il cibo: il 67,3% degli intervistati ha dichiarato di non cucinare a pranzo tutti i giorni, percentuale che si assesta al 47% per la cena.**

Se **nel 1998 il 78% delle persone erano solite pranzare a casa**, in 20 anni **la percentuale è scesa al di sotto del 72%**, una contrazione che in assoluto equivale a circa 3,5 milioni di persone.

Tra coloro che cucinano “tutti i giorni” o “qualche volta” **il 76,9% dedica 30 minuti al giorno** a questa attività. In media sono 37 i minuti dedicati ogni giorno alla preparazione dei pasti, ma ancora di meno sono quelli **dedicati al loro consumo: appena 29.**

Anche la spesa vuole la sua parte: **il 48,6% degli intervistati dedica da una a due ore a settimana** agli acquisti con un **tempo medio settimanale di 105 minuti.** Si nota un ritorno alla piccola spesa, ben il **50,1% degli intervistati preferisce acquistare il necessario giorno per giorno.**



**FRANCHISING
DOMINO'S PIZZA**

L'abitudine sempre più diffusa di non cucinare in casa è una grande opportunità per Domino's Pizza che ha nel delivery un suo vantaggio competitivo



FUORI CASA

→ *cosa accade*

La ristorazione: il settore dei **consumi fuori casa rappresenta il 36% della spesa alimentare** totale per un valore di 85 miliardi di euro annui. Ancora in calo i consumi alimentari in casa.

In un'ottica europea, il mercato italiano dei consumi fuori casa è il terzo a valore in Europa, dopo Regno Unito e Spagna, e per tassi di crescita: si sta allargando velocemente il numero di operatori internazionali che avviano progetti di sviluppo in Italia (Catene ristorazione commerciale in Italia 2018/2019, TradeLab).

La scarsità di tempo a disposizione e l'abitudine a cucinare meno si riflettono in una nuova consuetudine: l'utilizzo di piattaforme di food delivery. Nell'ultimo anno **il 30,2% degli italiani ha avuto occasione di ordinare online il pranzo o la cena da piattaforme web.**

Cosa spinge le persone a muoversi in questa direzione? In cima alla classifica **la poca voglia di uscire o cucinare, rispettivamente nel 37,1% e nel 31,5% dei casi**; sul podio anche la mancanza di prodotti in casa, nel 35,6% dei casi.



**FRANCHISING
DOMINO'S PIZZA**

*Domino's Pizza
è tra le prime 3
società di delivery
in Italia*



≈ *Il mondo* ≈

DELIVERY

La pizza resta in cima alle classifiche delle consegne a domicilio.

Dal punto di vista anagrafico sono **i giovani i più abituati a ordinare cibo online**, un dato intuitivo anche per la maggiore propensione all'utilizzo della tecnologia.

Non si rilevano invece differenze di genere, il delivery viene utilizzato indifferentemente da uomini e donne.

La differenza si nota, invece, quando si guarda alla diffusione geografica del fenomeno: **molto più diffuso al Nord che al Centro e al Sud del Paese**, con la **Lombardia in cima alla lista per la presenza di consumatori**.

Questo si deve evidentemente a fattori sociali, culturali e anche economici: il maggior tasso di occupazione, anche femminile, la presenza di un significativo numero di single, la maggior facilità di utilizzo della moneta elettronica.



**IMPRENDITORIALITÀ
IN ITALIA**

**I NUOVI STILI
ALIMENTARI
DEGLI ITALIANI**

**LE IMPRESE
✦ DI RISTORAZIONE
IN ITALIA**

**IL FRANCHISING
IN ITALIA**

**IL FRANCHISING
DI DOMINO'S PIZZA**

LA RISTORAZIONE IN ITALIA

—→ *il giro d'affari*

Il settore della **ristorazione in Italia** vive un boom evidente. Il giro d'affari complessivo, pari a circa **76 miliardi di euro**, è favorito sia dai consumi interni degli italiani, che dal turismo.

Se consideriamo anche le spese fatte dalle imprese per eventi e dipendenti, parliamo di oltre 85 miliardi.

—→ *la competitività*

Quello della ristorazione è uno dei mercati a più alta competitività. Se consideriamo anche i bar, ci sono **4,5 imprese ogni mille abitanti**, e questo fa capire quanta concorrenza ci sia nella ristorazione in Italia. Per questo è fondamentale che ognuno cerchi la propria strada e la propria **specificità**, per posizionarsi nell'offerta più favorevole e differenziarsi.

→ *lavorare nella ristorazione in Italia*

Per comprendere meglio cosa significhi lavorare nella ristorazione in Italia, è utile conoscere le realtà degli imprenditori e dei dipendenti di questo settore.

Chi sono i nuovi imprenditori della ristorazione?

Si tratta di una categoria molto eterogenea. Ci sono gli imprenditori esperti, che diversificano, ma anche imprenditori molti giovani, alla loro prima esperienza. Un aspetto molto interessante che si è visto è la diffusione di format sempre nuovi, originali, e contaminazioni tra cucine tra loro diverse. È un settore molto “creativo”.

E invece i dipendenti chi sono?

Il settore della ristorazione sappiamo essere molto rilevante anche sotto il profilo dell'occupazione. È evidente a tutti che atterrano nella ristorazione sia studenti provenienti da un'offerta didattica sempre più specifica, e anche molti professionisti che riconvertono le proprie capacità nella ristorazione.

Parlando di dipendenti, questo è un settore dove lavorano complessivamente **oltre 650.000 persone**.

Inoltre, la maggior parte sono **giovani e donne**. Questo è importante, perché il settore in un certo senso supporta le fasce che in genere sono più svantaggiate sul piano occupazionale.



**IMPRENDITORIALITÀ
IN ITALIA**

**I NUOVI STILI
ALIMENTARI
DEGLI ITALIANI**

**LE IMPRESE
DI RISTORAZIONE
IN ITALIA**

**IL FRANCHISING
IN ITALIA**

**IL FRANCHISING
DI DOMINO'S PIZZA**

Cos'è il FRANCHISING

Il **franchising in Italia nasce nel 1970**, quando un'azienda della grande distribuzione, la **Gamma d.i.**, inaugura a Fiorenzuola D'Arda il primo di 55 punti vendita gestiti da una decina d'affiliati.

Nel tempo la sostanza non è cambiata. Il franchising, o affiliazione commerciale, è rimasto una formula contrattuale per la distribuzione di beni o servizi fra un imprenditore, il **franchisor** (altrimenti detto affiliante), e uno o più imprenditori, il **franchisee** (altrimenti detto affiliato) giuridicamente ed economicamente indipendenti l'uno dall'altro.

Il franchisor concede al franchisee l'utilizzo del proprio format, comprensivo del diritto di sfruttare il suo **know-how** (l'insieme dei processi, tecniche e delle conoscenze necessarie) e il proprio apparato di comunicazione fatto di marchi e **segni distintivi**, unitamente ad altre prestazioni e forme di **assistenza** che permettono al franchisee la gestione della propria attività con la medesima immagine del franchisor.



**FRANCHISING
DOMINO'S PIZZA**

*Il franchising
di Domino's Pizza
nasce negli USA
più di 50 anni fa*



STRUTTURE

tendenze

SCENARI

I dati di chiusura 2018 sul franchising in Italia mettono in risalto 2 forti indicatori:

1. una **crescita costante del giro d'affari** dei punti vendita in affiliazione commerciale e degli addetti occupati, specchio dei segnali di ripresa del nostro Paese che il franchising ha saputo cogliere meglio di altri e far suoi;
2. **l'aumento del numero di insegne** che fanno franchising in Italia rispetto all'anno precedente.

Il franchising in Italia, nel 2018, è composto da 961 reti "attive", registrando un aumento in termini assoluti pari a 32 unità rispetto al 2017.

Questo sistema è formato per l'89,6% da reti nate in Italia, mentre il 7,5% è rappresentato da master di franchisor stranieri e il 2,9% da reti straniere che operano solo con franchisee, ma con sede legale all'estero.



**FRANCHISING
DOMINO'S PIZZA**

*Domino's Pizza
è presente in oltre
85 Paesi.
Arriva in Italia,
nell'ottobre 2015
e apre il primo
punto vendita
in franchising
nel 2018*



La successiva tabella fotografa, attraverso indicatori di sintesi, il sistema del franchising in Italia nel 2018, e il suo confronto con il 2017.

INDICATORE	MISURA	ANNO DI RIFERIMENTO		2018 VS. 2017	
		2018	2017	VALORE ASSOLUTO	VARIAZIONE %
Insegne operative in Italia	n°	961	929	32	3,4%
Giro d'affari	€ milioni	25.041	24.544	496	2,0%
Punti vendita in franchising in Italia (PVF)	n°	53.886	51.586	2.300	4,5%
Punti vendita italiani all'estero in franchising*	n°	10.845	10.079	766	7,6%
Reti italiane all'estero*	n°	174	179	-5	-2,8%
Addetti occupati nelle reti (PVF) compreso il franchisee	n°	206.791	199.260	7.531	3,8%

*Sono state considerate solo le reti italiane presenti all'estero con almeno 3 punti vendita in franchising.



LE INSEGNE *sul mercato*

Dalla lettura e interpretazione comparativa dei dati sul sistema franchising 2017-2018, emerge un aumento delle insegne operative in Italia del +3,4% (in un trend opposto all'anno precedente), e un miglioramento dei risultati economici.



Il giro **D'AFFARI**

Il giro d'affari nel 2018 è pari a 25.041 milioni di euro, **in aumento del 2,0%**. In crescita anche il numero di punti vendita affiliati in Italia (+4,5%) e il numero di addetti nel sistema franchising (+3,8%).

In un contesto economico difficile come quello attuale, appare quasi fisiologico che il franchising, come tutti i modelli fondati sulla cooperazione e sulla condivisione del rischio, sia favorito nella competizione di mercato.

Si considerino i benefici per entrambe le parti coinvolte derivanti dall'appartenenza a un sistema franchising, quali ad esempio l'aumento della visibilità e riconoscibilità a livello nazionale e internazionale del marchio condiviso, il trasferimento del know-how, l'utilizzo della formula imprenditoriale che caratterizza il brand, o l'espansione aziendale dettata dalla crescita dei punti vendita del franchising (PVF).



**FRANCHISING
DOMINO'S PIZZA**

*Il "modello
franchising"
nella ristorazione
si distingue per
la crescita
più significativa*



Nella tabella di sotto troviamo i dati che evidenziano la crescita dal 2014 al 2018, per avere un'ottica più ampia che non riguardi unicamente un raffronto con l'anno precedente.

INDICATO	2018 VS. 2014
Giro d'affari	+ 7,8%
Insegne operative in Italia	+ 2,1%
Punti vendita in franchising in Italia (PVF)	+ 8,3%
Addetti occupati nelle reti (PVF) compreso il franchisee	+10,9%

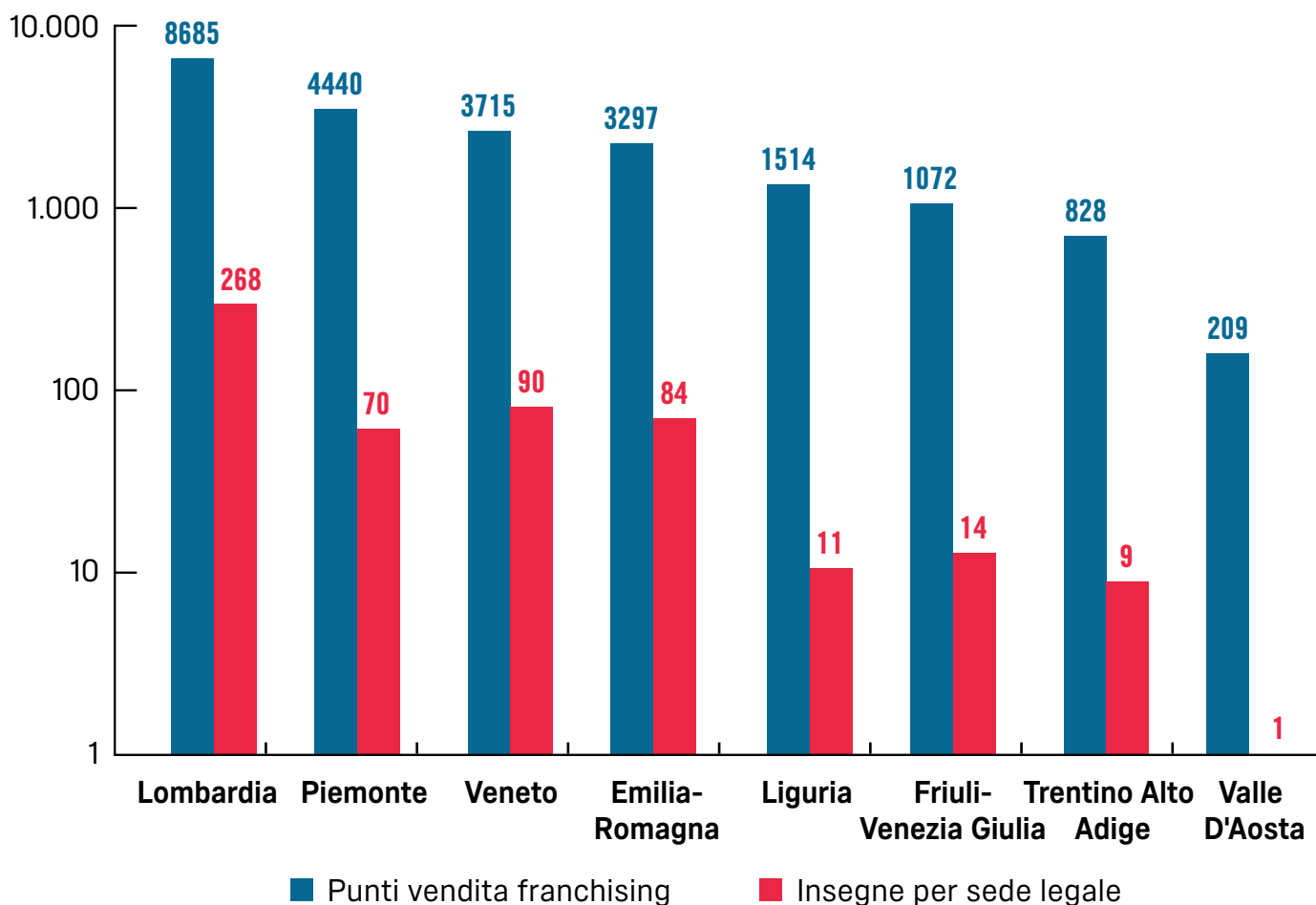
In conclusione, il sistema franchising in Italia nel 2018 ha mostrato dati positivi, espressione di un settore che si trova in uno stato di crescita con ancora ampi margini di sviluppo.



Diffusione geografica **E AREA MERCEOLOGICA** *dei punti vendita in* **FRANCHISING**

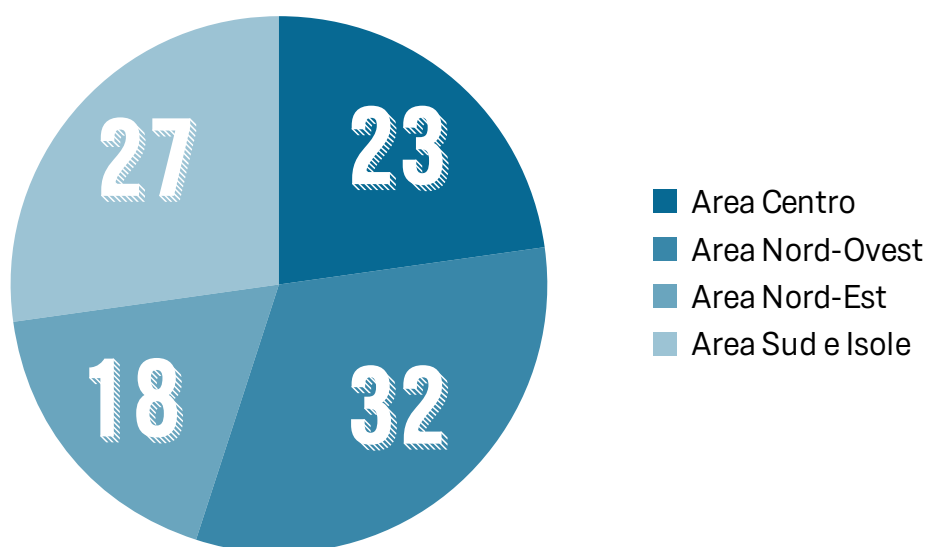
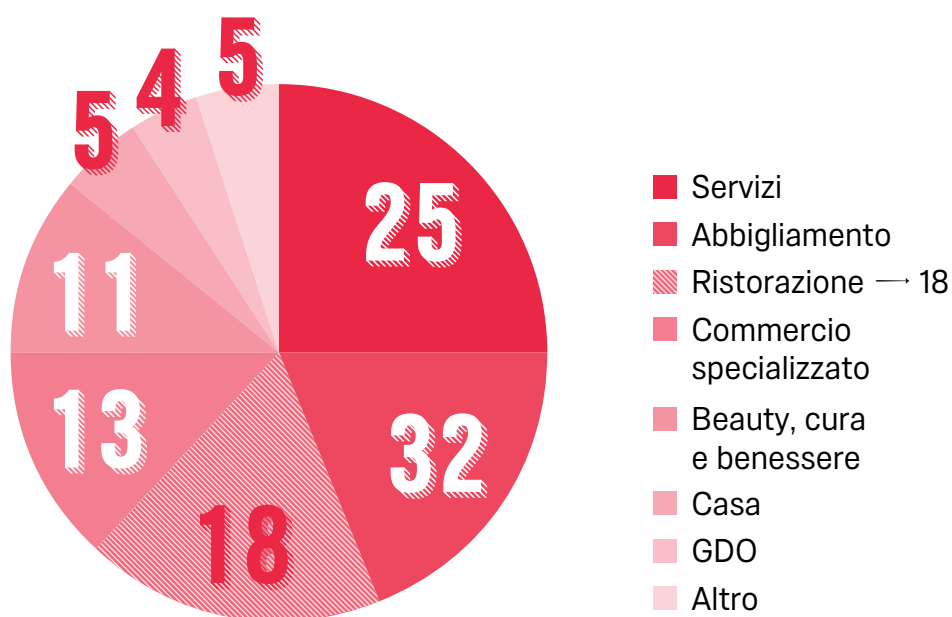
Un dato rilevante ai fini della nostra ricerca è la distribuzione geografica della rete di franchising.

Nel grafico sotto riportato, in cui si distingue tra “insegne per sede legale” e “punti vendita” delle regioni del Nord Italia, possiamo vedere come la Lombardia ottiene il primato assoluto seguita da Piemonte e Veneto.



Altro dato significativo è che, in una suddivisione per area merceologica dei vari franchisor, la **ristorazione copre il 18%**, dopo servizi (25%) e abbigliamento (19%).

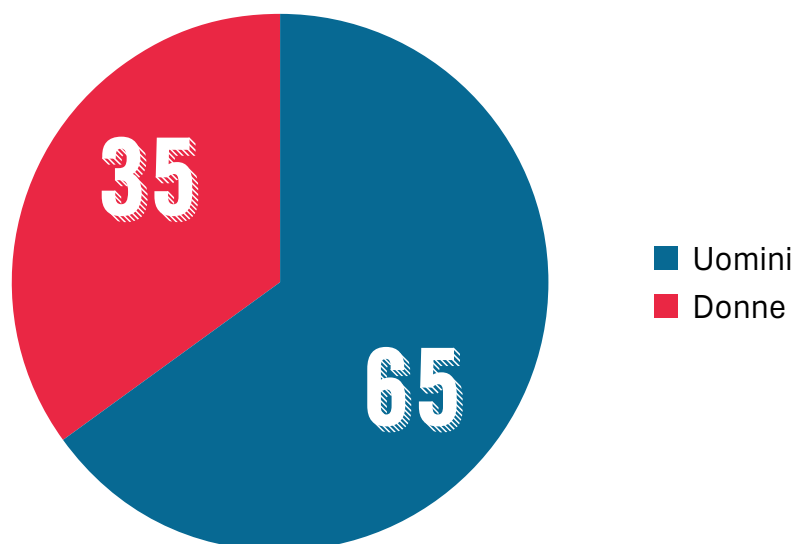
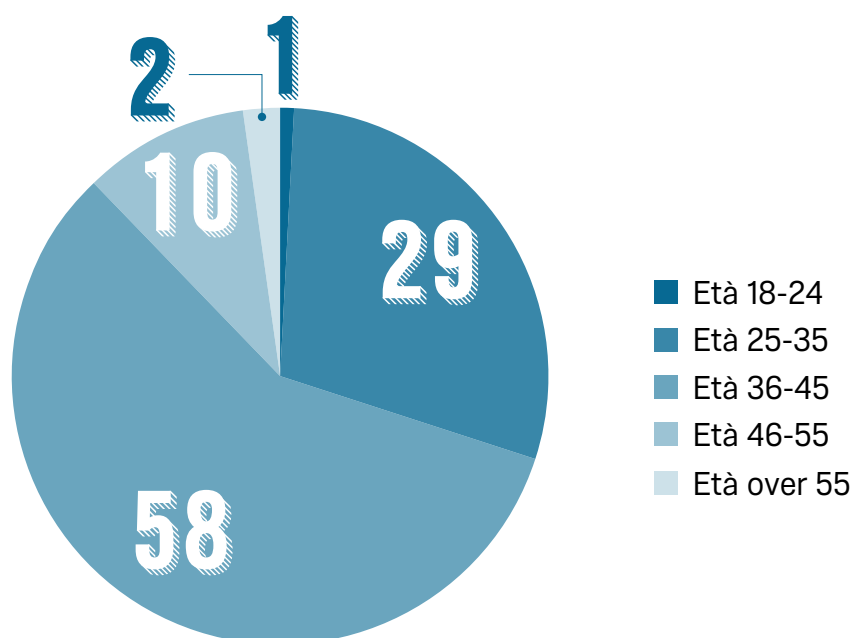
La ristorazione in franchising, con un **totale di 3.906 punti vendita**, si sviluppa per il 50% nel Nord Italia, con una spiccata maggioranza nel Nord-Ovest.



FRANCHISEE

per fasce d'età e sesso

Il franchising conferma i dati emersi nell'imprenditoria italiana: il 58% dei franchisee sono nella fascia tra i 36-45 anni, a seguire il 29% tra i 25-35 anni, 10% tra i 46-55, solo il 2% tra gli over 55 e infine l'1% tra il 18 e il 24. Per quanto riguarda il genere c'è una prevalenza degli uomini con il 65% sulle donne, al 35%.



**IMPRENDITORIALITÀ
IN ITALIA**

**I NUOVI STILI
ALIMENTARI
DEGLI ITALIANI**

**LE IMPRESE
DI RISTORAZIONE
IN ITALIA**

**IL FRANCHISING
IN ITALIA**

**✦ IL FRANCHISING
DI DOMINO'S PIZZA**

IL FRANCHISING DI DOMINO'S PIZZA

—→ *in Italia*

Domino's Pizza è **presente in Italia dal 2015**
con la Formula del master Franchising.

Il primo punto vendita ha aperto a Milano
nell'ottobre 2015 e al momento la catena conta
30 ristoranti tra Milano, Bergamo, Torino, Modena,
Bologna, Piacenza, Trieste, Monza.

Di questi, 15 sono punti vendita in franchising
(7 a Torino, 4 a Milano, 1 a Monza, 2 a Bergamo,
1 a Trieste).

L'azienda in Italia è gestita da Alessandro Lazzaroni,
attualmente C.E.O. ed ex manager McDonald's.
La compagine societaria è interamente italiana
e ha la licenza di sviluppare **punti vendita diretti
e in franchising su tutto il territorio italiano.**



I NUMERI DI DOMINO'S PIZZA

—→ *in Italia*

30

punti vendita
totali

21

minuti il tempo medio
di consegna dal
momento dell'ordine

65 %

di vendite
con consegna
a domicilio

68 %

delle vendite
sviluppate
online

500

collaboratori
con un'età media
di 24 anni

4 ★ 5
SU

apprezzamento
ottenuto nelle recensioni
dei clienti



Perchè i clienti scelgono **DOMINO'S PIZZA?**

Offerta di **pizze innovative** e **prodotti unici**,
preparati con impasto fresco e ingredienti di qualità
superiore italiana.

.....

Ottimo **rapporto qualità-prezzo** con la possibilità
di accedere a promozioni esclusive.

.....

Livelli di **servizio elevatissimi e inimitabili**.

.....

Esperienza di consumo arricchita da **piattaforme
tecnologiche a disposizione**, utilizzabili sia per l'invio
dell'ordine che per il tracciamento dello stesso.

.....

Punto vendita **confortevole**.



La catena di fornitura **(SUPPLY CHAIN)** *come vantaggio* **COMPETITIVO**



La **catena di fornitura è completamente integrata**, partendo dal produttore fino al consumatore.



Tutta la filiera produttiva viene controllata con attenzione, il che permette di garantire **sicurezza alimentare oltre ad alti standard qualitativi certificati**.



Gli **ordini** sono gestiti con flussi semplici e chiari.



L'offerta viene definita e focalizzata solo su **prodotti ad alta rotazione**.



La preparazione del **prodotto fresco** avviene nel punto vendita solo al momento dell'ordine.



IL FRANCHISING DI DOMINO'S PIZZA

—→ *in Italia*

Il modello di franchising che Domino's Pizza propone in Italia è **semplice, rapido da implementare, efficace**. Insomma, un modello "plug-and-play" vincente.

—→ *cosa garantiamo*

- Un **marchio internazionale moderno** e in continua crescita
- **Offerta** commerciale differenziante **già testata**
- **Esclusività** di zona
- **Gestionale di punto vendita** fornito centralmente
- **Piattaforma** di e-commerce App e Sito **già operativa**
- **Contratti di supporto** già sottoscritti con i migliori player di mercato
- **Relazione con un unico fornitore** (Domino's Italia), semplicità gestionale e possibilità di focalizzarsi unicamente sullo sviluppo del business.
- Punto vendita consegnato **chiavi in mano**



—→ *come ti supportiamo*

- **Formazione** garantita per la fase di start-up e assistenza continuativa durante l'evoluzione del business
- **Marketing**: soluzioni ottimizzate, piano di lancio e piano di marketing customizzato
- **Affiancamento** nell'attuazione degli standard operativi già esistenti e comprovati nella loro efficacia

—→ *il tuo contributo*

- Disponibilità di capitale proprio di almeno **80.000 euro** per ogni punto vendita. Investimento complessivo circa **200.000 euro** (eventualmente finanziabili attraverso convenzioni stipulate con le banche).
- **Libero coinvolgimento dell'imprenditore** nella gestione operation o identificazione di un responsabile con il medesimo ruolo.
- Volontà di **approfondire le relazioni** e le opportunità **nel territorio** in cui si opera.



Criteria di selezione

DEL PUNTO VENDITA

- Almeno **30.000 famiglie in un'area** con un raggio di massimo 9 minuti (calcolato sul tempo di percorrenza in motorino partendo dal punto vendita).
- Area densamente abitata con **forte presenza di giovani e studenti**.
- Punto vendita ad **alta visibilità** e con **facilità di accesso** per i clienti.
- Superficie tra **100 mq** e **120 mq**.
- Possibilità di **parcheggio dei motorini** in prossimità del negozio.

