**SALONE FRANCHISING MILANO: STORIE DI SUCCESSO E INFINITE OPPORTUNITA’ PER I FUTURI IMPRENDITORI**

* *Doppio Malto: un successo in controtendenza che punta al “valore del proprio tempo”*
* *Kids & us: dall’esperienza materna quotidiana a un metodo innovativo di insegnamento*
* *Milano Cosmetics: il giusto prezzo abbinato alla qualità del prodotto Km0*

*Milano, 27 settembre 2024* – Oltre cento storie di successo e straordinarie occasioni per diventarne parte. È questa, in sintesi, la formula di **Salone Franchising Milano** organizzato da **Fiera Milano** e aperto fino a domani all’Allianz-Mico.

Il Salone ospita più di 130 insegne del franchising e consente agli aspiranti imprenditori di incontrare i franchisor più qualificati per aprire una nuova attività commerciale o rafforzarne una già esistente.

Le opportunità di crescita professionale e di creazione di nuovi business in affiliazione sono molteplici e comprendono tutti i settori del commercio: dalla GDO al food, dal benessere della persona fino ai servizi più vari. Ma, oltre alla varietà, a colpire sono le storie di queste realtà, nate da piccole imprese, a volte semplicemente dall’esperienza quotidiana o da una ricerca precisa di qualità. Premesse differenti, ma un futuro comune, ovvero l’evoluzione in una rete destinata a crescere ancora.

**Doppio Malto** ha avviato una vincente strategia di crescita basata sullo slogan “**un posto felice**”, allargando il concetto di ristorante ad un luogo dove non solo si può trovare cucina di qualità e ottima birra, ma anche poter godere di un momento di svago. I locali del brand infatti si propongono quasi come un’attività di hospitality, in cui i clienti possono intrattenersi con **giochi e divertimenti** di ogni tipo per il puro piacere di trascorrere momenti di serenità e spensieratezza. A conferma del successo di questo format, il tempo di permanenza medio delle persone supera le tre ore, molto più del doppio della media che dedichiamo ad un pasto al ristorante.

Il cambiamento si impone con la scelta radicale di Giovanni Porcu, che ha deciso di lasciare la carriera forense per reinventarsi imprenditore rilevando, nel 2016, un piccolo locale fondato a Erba dodici anni prima, facendolo crescere in tutta Italia e anche all’estero. La decisione è stata però da subito quella di mantenere un legame solido con la Sardegna: ancora oggi le birre sono tutte prodotte nello stabilimento di Iglesias, con una capacità di **cinque milioni di litri l’anno**.

Oltre alle 8 le nuove aperture del 2023, positiva è anche la tendenza all’internazionalizzazione, con progetti e richieste in Francia, Germania, Spagna e paesi scandinavi. In totale, sono 40 i locali tra Italia, Francia e Regno Unito con obiettivo 100 entro il 2026. In Italia nei prossimi mesi sono in previsione 6 nuove aperture e altrettante sono in pipeline nel 2025. L’espansione accelera anche in Francia, a cominciare dalla primavera del 2025 con ulteriori 7 nuovi punti vendita.

**Kids&Us**, invece, nasce grazie allo studio e alla passione per l’inglese della sua fondatrice, Natàlia Perarnau, filologa di origine catalana. Il metodo Kids&Us è basato sull’**esperienza quotidiana** e segue lo stesso processo naturale che sottende l’acquisizione della lingua materna, un percorso che ha luogo secondo un ordine determinato e spontaneo: **ascoltare, capire, parlare, leggere, scrivere**. Da qui la fondazione di Kids&Us school of English, nata a Manresa, in Catalogna, nel 2003.

Il successo di questa prima esperienza porta Natàlia Perarnau ad aprire nuove sedi in diverse città spagnole e, le continue conferme della validità del metodo, aprono la strada al modello del franchising e all’estero. Kids&Us passa così il confine spagnolo per abbracciare Italia, Francia, Belgio, Andorra, in un crescendo che ormai coinvolge anche Paesi extra-europei. Attualmente le scuole attive sono più di 600 in 10 diversi paesi. In Italia, è stata aperta la prima scuola a Roma nel 2011 e si contano, ad oggi, 94 sedi, di cui 27 aperte nel 2024, con un piano di espansione in forte ascesa che pone obiettivo 200 scuole al 2030. Il metodo può essere utilizzato molto precocemente, a partire dall’anno di età, e un team di esperti nell’ambito della formazione si occupa di ampliare, aggiornare e produrre tutti i materiali necessari per la sua corretta ed efficace applicazione. I risultati sono entusiasmanti, con un raggiungimento dell’autonomia linguistica molto precoce rispetto ai metodi tradizionali.

Una storia di sviluppo che interessa l’Italia per la prima volta è quella di **Milano Cosmetics**, marchio riconosciuto nel settore della bellezza professionale a livello globale che debutta nel mercato italiano inserendosi in un settore in forte espansione.

Il brand, presente in paesi come Spagna, Francia, Regno Unito, Stati Uniti e America Latina, vanta oltre 700 saloni per parrucchieri, con un giro di affari di 100 milioni. Questa realtà consolidata e in continua espansione, che porta il nome di ‘Milano’ come marchio a garanzia di qualità made in Italy nel mondo, è ora pronta a fare il suo ingresso in **Italia**, dove produce il **100% dei prodotti** utilizzati nei suoi saloni, e in cui intende rivitalizzare il settore degli acconciatori con il suo modello di franchising chiavi in mano.

Il successo del gruppo è nella sua offerta, che prevede standard di design e arredo dei negozi orientati all’eleganza nei dettagli, formazione per un servizio altamente professionale e fornitura dei prodotti Milano Cosmetics da parte del produttore diretto, il che consente una sensibile riduzione dei costi che si ripercuote anche sul consumatore finale. La qualità del prodotto è altresì confermata dagli investimenti in ricerca e sviluppo, pari al 7% dei ricavi, che garantiscono un lancio periodico trattamenti specifici innovativi.

Le sfide del settore, le opportunità per gli aspiranti imprenditori e le storie di gestione virtuosa del business continueranno ad essere al centro di Salone Franchising Milano **che proseguirà fino a domani 28 settembre 2024 presso l’Allianz Mico.**

[**https://www.salonefranchisingmilano.com**](https://www.salonefranchisingmilano.com/)

@salonefranchisingmilano  
#SFM24

#SaloneFranchisingMilano