

la parola all'affiliato...

UN FRANCHISEE SI RACCONTA: SOGNI, PROGETTI, ASPETTATIVE E DIFFICOLTÀ PER REALIZZARE UNA IMPRESA IN AFFILIAZIONE



Altro che bamboccioni!

Da studente, faceva compravendita di telefonini per amici e parenti. Oggi vende abbigliamento per bambini. Grazie al sostegno dei familiari ma, soprattutto, al suo lavoro quotidiano.

PROPOSTA	abbigliamento bambini
ANNO DI LANCIO	1992
PUNTI V. DIRETTI	50 (nel mondo)
PUNTI V. AFFILIATI	130 (nel mondo) 50 (in Italia)
DURATA DEL CONTRATTO	3 anni
SUP. MEDIA DEL P. V.	100 mq (compreso spazio per magazzino)
INVESTIMENTO	500 euro/mq
DIRITTO D'ENTRATA	No
ROYALTY	No
INFO	Master Tre Italia tel. 081 5108456 www.petitpatapon.it petitpatapon@mastertreitalia.it

È vero che a 19 anni è diventato titolare di un negozio tutto suo a Benevento, in pieno centro, ma **Pellegrino Simonetti**, oggi 24enne, non smette mai di ringraziare la sorella, il cognato e, naturalmente, la mamma. La sorella gli ha consigliato di affidarsi a **Petit Patapon**, abbigliamento per bambini, perché lei stessa era cliente da anni e ne apprezzava i prodotti. Il cognato, commercialista, lo ha assistito passo passo insegnandogli come si gestisce un'attività. La mamma, infine, in quei locali che adesso espongono l'insegna Petit Patapon, ha gestito per una vita un negozio di abbigliamento, chiuso qualche anno fa quando decise che era il momento di riposarsi. «Mio cognato ha fatto le veci di mio padre, che io ho perso ad appena due anni» dice Pellegrino «e devo a lui tutto quello che ho imparato in questo

lavoro». In realtà, il giovane imprenditore aveva già mostrato la vocazione al commercio mentre era ancora alle scuole superiori. Tra amici e parenti era diventato il fornitore di fiducia di telefonini: «Ho sempre avuto la passione per cellulari e tecnologia in generale» spiega «così ho cominciato a fare un po' di compravendita guadagnando la mia parte». Poi, una volta preso il diploma, il commercio vero. «Mia sorella mi chiamò e mi disse che doveva parlarmi. La sera, dopo cena, lei e il marito mi confidarono che avevano pensato a me e al mio futuro. C'era il negozio che la mamma aveva lasciato vuoto otto anni fa e che non conveniva affittare. Lei, mia sorella, aveva già chiamato la sede di Petit Patapon: si era informata nel negozio dove si serviva da anni, a Potenza, e sapeva già tutto quello che occorreva. Mio cogna-

la parola al franchiso

to aveva già analizzato il contratto e le prospettive commerciali. Insomma, dovevo solo decidere se accettare e, naturalmente, prepararmi a lavorare sodo». L'investimento, visto che le mura erano già di proprietà, si è limitato ai lavori di muratura e l'arredo. In tutto, 55mila euro. La merce, secondo la formula del franchisor, è in conto vendita. E la stessa Petit Patapon stabili, per il primo assortimento, gli articoli e le quantità da mettere in negozio. Insomma, sembrava che a lui, il titolare del negozio, non restasse da fare niente! «Tutt'altro» replica deciso «perché a me toccava vendere! Prima di tutto, dovevo scegliere le persone che mi avrebbero aiutato; e poi dovevo impostare lo stile di vendita. Una cosa che mi sembrava di saper fare in modo naturale: da sempre ho dei buoni rapporti con tante persone e la gente si fida di me. Comunque avevo tanto da imparare dagli errori. Ad esempio, le persone che mi aiutano adesso, due ragazze con contratto part time, non sono quelle che avevo scelto inizialmente». Da un anno, Pellegrino si occupa anche dell'amministrazione, dopo che il cognato commercialista gliel'ha imposta spiegandogli come si tiene una contabilità e quali sono gli adempimenti burocratici. Ma avere quest'impegno e queste responsabilità non gli hanno tolto un po' della spensieratezza dei 20 anni?

«Non ho alcun rimpianto» risponde «perché non ho fatto tante rinunce e mi sono anche divertito, come tutti i miei coetanei. La mia ragazza, con la quale sto da cinque anni e frequenta l'ultimo anno delle superiori, quando ha saputo che avrei messo su un mio negozio ha aumentato la sua stima perché, a differenza dei miei coetanei, mostravo di avere la testa sulle spalle».

Spalle forti, è il caso di dire, visto che poteva contare su una solida rete di protezione fatta non solo dalla famiglia ma anche dal franchisor. La formula del conto vendita, ad esempio, elimina il rischio di invenduto. E a ogni stagione, quando si riuniscono in un albergo a visionare la collezione, gli affiliati di Petit Patapon partecipano a un vero e proprio seminario che li mette in grado di conoscere i pregi di ciascun articolo e i punti di forza che li aiuta a vendere.

«Anche se mi piacerebbe avere più incontri formativi» conclude Pellegrino «e che il marchio fosse un po' più pubblicizzato. Ma il punto di forza è la qualità del prodotto, che resiste a parecchi lavaggi, e lo stile che incontra sempre il favore dei clienti».

3 note POSITIVE sul franchisor

- > OTTIMO RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO
- > LO STILE DEL PRODOTTO È CONCEPITO PER I BAMBINI E NON ADATTATO DA QUELLO PER ADULTI
- > ASSISTENZA ALLA COSTRUZIONE DELL'IMMAGINE, VETRINA CON OTTIMI SUPPORTI

3 note CRITICHE

- > BASSA NOTORIETÀ DEL MARCHIO
- > MANCANZA DI UNA FIDELITY CARD
- > CORSI DI FORMAZIONE DISCONTINUI

Ciro Di Natale,

responsabile commerciale Master Tre Italia,
master franchisor Petit Patapon



Dobbiamo, innanzitutto, ringraziare il signor Pellegrino per avere scelto, a suo tempo, il marchio Petit Patapon del quale noi siamo master franchisor solo dallo scorso settembre. Ci diciamo subito d'accordo con le osservazioni che ci rivolge e che riguardano aspetti

sui quali abbiamo già in programma di intervenire. A cominciare dalla bassa notorietà del marchio, dovuta a una scelta della casa madre di non investire in pubblicità istituzionale. Per evitare che questa scelta penalizzi gli affiliati italiani, abbiamo già programmato una campagna su carta stampata e affissionistica che partirà a marzo prossimo. Siamo d'accordo con Pellegrino anche sulla necessità di una fidelity card, che potrebbe facilitare il compito dei singoli punti vendita. Dobbiamo, però, chiedere ai nostri affiliati di pazientare ancora un po' perché un'iniziativa di questo tipo si giustifica solo su una rete di una certa consistenza. Contiamo di poter dare il via a una carta fedeltà di Petit Patapon il prossimo anno, magari nell'autunno 2009, quando la rete sarà passata dagli attuali 50 affiliati ad almeno 80. Buone notizie per il nostro affiliato anche riguardo i corsi di formazione.

In realtà, la casa madre organizza da sempre ben due incontri annuali per i propri affiliati di tutto il mondo ma sempre in Portogallo, dove l'azienda ha la propria sede. Oltre alla difficoltà di raggiungere un Paese estero, molti preferiscono incontrarsi, per aggiornamento professionale, con persone che parlano la propria lingua.

È per questo che, appena preso in carico questo marchio, abbiamo deciso di riunire gli affiliati italiani due volte all'anno. L'iniziativa partirà già da quest'anno e sarà ospitata dal nostro flag ship store di Napoli.