



AMORINO, N°1 DE LA GLACE ITALIENNE, INVESTIT MASSIVEMENT DANS SA MARQUE POUR DOUBLER SON NOMBRE DE POINTS DE VENTE D'ICI 5 ANS EN FRANCE ET A L'INTERNATIONAL

Dès l'ouverture de la première boutique - île Saint Louis - à Paris en 2002, le succès d'Amorino est au rendez-vous grâce à ses glaces savoureuses fabriquées dans la plus pure tradition italienne.



Les deux fondateurs Cristiano Sereni et Paolo Benassi, amis d'enfance, ont su imposer en moins de 2 décennies, leur concept au sein d'un marché de plus en plus concurrentiel et ainsi devenir le N°1 de la glace italienne d'excellence dans le monde.

400 POINTS DE VENTE EN 2025

Cette année, le nombre de boutiques franchira la barre des **200, réparties dans 18 pays dont 80 en France.**

« Malgré le contexte économique difficile en 2020, nous ambitionnons de doubler le nombre de points de vente Amorino dans le monde d'ici à 2025. En effet, nous offrons un modèle résilient à travers lequel notre gelato est un produit de réconfort abordable pour les consommateurs » explique Cristiano Sereni, co-fondateur d'Amorino.

Grâce à la force de son modèle de Franchise et à la **qualité de ses produits, l'entreprise sera bénéficiaire en 2020 et ce, malgré le confinement.** Cristiano Sereni, est confiant en l'avenir et a mis à profit cette période pour élaborer un **plan de développement ambitieux pour les 5 prochaines années incluant l'ouverture de plus de 40 boutiques en propre, notamment en France.**

OPTIMISATION DANS LE CHOIX DE SES POINTS DE VENTE

Amorino a désormais recours à **Mytraffic**, start-up experte dans l'analyse des flux piétons, afin **d'évaluer l'attractivité d'une future implantation de point de vente.**

Cette solution s'appuie sur le traitement de données GPS via l'Intelligence Artificielle, données enrichies et vérifiées par comptages physiques.

Ces données permettent à l'enseigne de s'implanter dans les **emplacements les plus adaptés et d'évaluer la performance de son réseau.**

Côté communication, **l'enseigne a investi dans sa marque employeur** afin de valoriser sa réputation : **attirer de nouveaux talents et fidéliser ses salariés.** La mise en avant du métier de «gelato artist» au sein de son dernier film institutionnel en est un exemple concret.

UNE MARQUE ENGAGÉE

Amorino milite depuis 18 ans pour des glaces sans exhausteur de goût, sans colorant ni arôme artificiel.

Des glaces Bio
Amorino fait partie des pionniers du Bio depuis 2011 en mettant un point d'honneur à intégrer des matières premières Bio pour satisfaire tous ceux qui se soucient du respect de l'environnement et des méthodes de production.

Un packaging Biodégradable
Depuis 2017, Amorino remplace progressivement les plastiques à usage unique par des matières biodégradables.



L'UN DES TOUS PREMIERS CONCEPTS PROTÉGÉ

Afin de défendre son savoir-faire et protéger la réussite de ses franchisés, **Amorino est le premier glacier à mettre en oeuvre une stratégie de protection de son concept global.** Une protection juridique rendue possible grâce à la loi sur le secret des affaires et à une solution digitale pour prémunir son réseau contre les contre-façons.

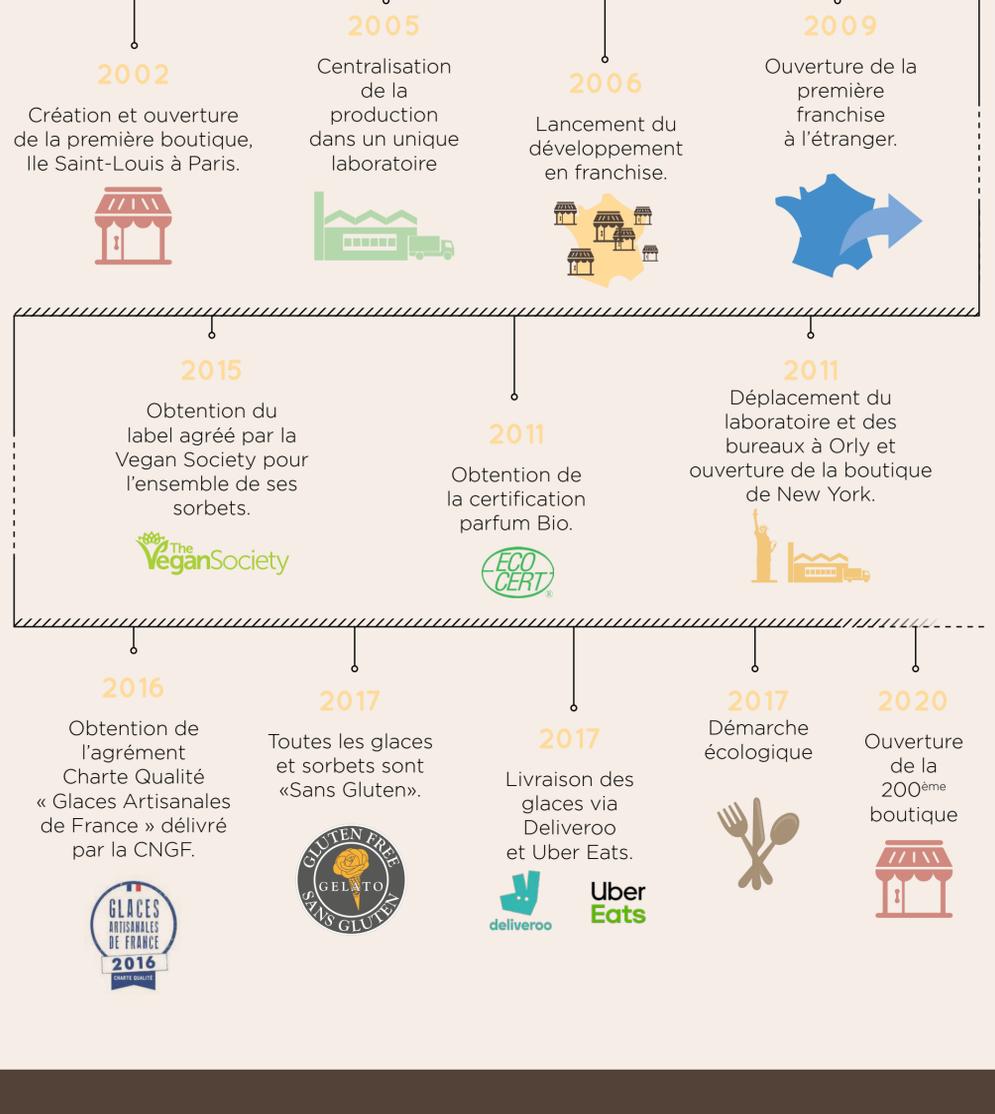
Ⓢ Savoir-Faire Protégé

À cet effet, Amorino a répertorié plusieurs centaines d'éléments qui, joints les uns aux autres permettent de **faire valoir la spécificité de son concept de franchise.** Le réseau s'est doté de HB Secure®, une solution logicielle conçue et homologuée par les experts de Franchise Board. Celle-ci combine une fonctionnalité de signature électronique et un coffre-fort

numérique sécurisé qui protège le savoir-faire Amorino dans le respect de la loi du 30 juillet 2018. Cette solution digitale innovante stocke et horodate toutes les données numériques identifiées comme sensibles ou utiles au regard de la réglementation de la franchise.

« Le concept fort d'Amorino s'appuie sur des recettes de glace italienne sans colorant ni conservateur, dans la tradition des gelati du nord de l'Italie. À cela s'ajoute un modèle économique spécifique et innovant. Grâce aux technologies numériques et à notre architecture juridique, nous pouvons désormais nous prévaloir auprès des franchisés et des candidats d'un savoir-faire ayant fait l'objet de mesures de protection aptes à le protéger », déclare Paolo Benassi, co-fondateur de l'enseigne.

LES GRANDES ÉTAPES DE LA SUCCESS STORY



À PROPOS D'AMORINO

Le N°1 de la glace italienne dans le Monde
L'enseigne est lancée en 2002 par deux amis d'enfance Cristiano Sereni et Paolo Benassi qui ont su depuis s'imposer sur le secteur de la franchise avec leurs glaces aux ingrédients de qualité et leur concept original. La célèbre présentation des glaces en forme de fleur est devenue l'image iconique d'Amorino et séduit la clientèle instagrammeuse en quête de différence. Doté de 200 boutiques (dont 80 en France) présentes dans 18 pays, Amorino propose toute l'année 33 parfums de glaces et sorbets sans colorant, ni arôme artificiel, réalisés à partir d'ingrédients sélectionnés avec soin, d'oeufs bio issus de poules élevées en plein air et de lait frais fermier.



AmorinoGelato amorinogelato

Info Lecteurs : www.amorino.com | [#AmorinoGelato](https://twitter.com/AmorinoGelato)

Agence Boracay RP | 01 45 72 44 00 | presse@boracay-presse.com | [@agenceboracayrp](https://www.agenceboracayrp.com)

Téléchargez le communiqué et les visuels HD