



Frode Finsrud, Magne Lome, Fredrik Vegsgaard og er Lars Lyngstad er de fire partnerne i Cappa. Foto: Nils Vanebo

Cappa tar masterfranchise til Norge

Masterfranchise er en organisasjonsmodell som nå er på full fart inn i norsk retail.

Av [Nils Vanebo \(mailto:nils@askmedia.no\)](mailto:nils@askmedia.no)

© Publisert 15.03.2017 12:38

Digital Natives

Vet du hvem de er og hvordan de endrer spillereglene for retail?

Å kjenne handlemønsteret til digital natives er den største indikasjonen på hvordan handel kommer til å foregå i fremtiden.

Vi har gjort en undersøkelse og rapport i samarbeid med Kantar TNS om kundegruppen, og vi har spennende funn å dele med deg!

Les mer her: visma.no/retail/digital_natives

VISMA

(<http://ad1.emediate.dk/eas?camp=473038::cu=32332::no=574372::ty=ct::uuid=ac578bd4-e194-11e7-8575-5254000e74a9>)

Hvordan skal utenlandske, franchisebaserte kjeder som vil etablere seg i Norge organisere sin virksomhet? Retailmagasinet har snakket med rekrutteringsselskapet Cappa om det. For så langt er Cappa alene om å jobbe med masterfranchise i Norge, med partner Magne Lome i spissen.

– Flere internasjonale kjeder ser på Norge som et interessant land å etablere seg i grunnet nordmenns sterke kjøpekraft. Men det vil være svært tungt for en internasjonal kjede å etablere seg i et land uten en lokalt basert samarbeidspartner sier Lome. For å lykkes er det viktig med lokalkunnskap og kjennskap til leverandører og eiendomsaktører.

Grovt sett kan man si at det finnes tre modeller for franchise for utenlandske kjeder:

- Franchisetaker med Single eller multi unit franchise
- Area developer

- Masterfranchise

Franchisetakeren har en eller flere enheter (singel eller multi unit franchise) dette er for eksempel vanlig i Bestseller systemet.

En area developer har retten til å utvikle et kjedekonsept i et gitt geografisk område.

Masterfranchise er en modell i vekst også i Norge. En masterfranchisetaker har retten til å ha flere franchiseenheter og til å være franchisegiver i et definert geografisk område. Det kan være snakk om en enkeltperson - som begynner med én butikk og som deretter skal legge til én og én – og større organisasjoner som etablerer mange butikker parallelt over hele området.

En multioperator er en aktør som betjener flere ulike masterfranchiser i et område.



1. oktober åpnet Amazing Jewelry sin første butikk i Norge, på Kløverhuset i Bergen. F.v. Kjersti Nessøy (franchisetaker), Flemming Hansen (masterfranchisetaker for Norge, Sverige og Finland), Jesper Nielsen (gründer) og Antonio Balduino (franchisetaker).

Eksempler på slike i Norge er: Umoe Restaurants med Starbucks, TGI Friday's og Burger King, Pocos Gruppen med Accessorize, Aldo, Marks & Spencer og Body Shop og Concepts med Benetton og Oasis.

Jobber med flere

- Det vi har stor fokus på hos oss i Cappa nå er å få brands inn til Norge og fra Norge og ut i verden, sier Magne Lome.

I slutten av april reiser Cappa til Hamburg for blant annet å presentere Park Lane for de største franchiseaktørene i Europa. Der vil de også møte 15 internasjonale masterfranchiser som vurderer det norske markedet.

Cappa hjelper den raskt voksende smykkekjeden Amazing Jewelry ut i Europa. Cappa har gjennom sitt nettverk funnet masterfranchisetakere i Frankrike, Østerrike, Slovakia, Tsjekkia og Sveits. Kjeden har åpnet blant annet i Jeddah, Beijing og Hamburg. Cappa deltar i det internasjonale nettverket Franchise Pool International.



Elisabeth Schei er masterfranchisetaker for Glossy Island og har så langt åpnet fire enheter i Norge. Her på Stovner Senter.

Nylig fant de masterfranchisetaker i Norge for Noa Noa, som kjøpte de 16 norske butikkene av danske Noa Noa APS. Magne Lome har også rekruttert masterfranchisetaker til Glossy Island, som er en kjede av neglbarer som man vil finne på kjøpesentre. Kjeden finnes i Tyskland, Sveits, Canada og Sverige – og nå også Norge. Nylig åpnet de sin fjerde Glossy Island på Amanda Storsenter i Haugesund, franchisetakeren var naturligvis også rekruttert av Cappa.

Blant de øvrige konseptene som Cappa jobber med for tiden er Boco, Anticafe, Bartercard, Swing Kitchen, KarePlus og Partyland. De jobber også med børnsoterte Retail Food Group fra Australia som har 600-700 butikker i verden og som skal etablere seg i Norge. Det er mange typer interessenter, vi ser etter en energisk person eller gruppering. Mange etablerer seg og selger til private equity aktører når de har vist at konseptet er levedyktig på det norske markedet sier Magne Lome.

Tett på kjedene

Cappa jobber også med utenlandske kjeder som ikke er basert på masterfranchise. Eksempelvis bistod de med å få Skousen etablert i Norge ved å rekruttere single unit franchisetakere. I sitt første år etablerte den danske hvitevarekjeden 15-16 butikker sammen med Cappa i Norge. Tilsvarende har de også gjort for Søstre Grene og Park Lane.

– Når du jobber med franchise, kommer du tett på kjeden, fastslår Lome. Cappa har nær kommunikasjon med toppledelsen i en rekke kjeder, og brukes som sparringspartner når det er spørsmål om hvordan kjeden skal organisere og etablere seg. Det kan dreie seg om alt fra finansieringsalternativer, set-up og til beslutning om hva slags type franchisetakere man ønsker i kjeden.

– Vi skal være en kompetansehub – tillit er utrolig viktig. Norge er et lite land, og relasjoner betyr mye, avslutter Magne Lome.

15.12.2017

Cappa tar masterfranchise til Norge | Retailmagasinet

Nøkkelord: Franchise (/nokkelord/franchise) Cappa (/nokkelord/cappa)