

## ***Så kan Spira ge stöd i en omställning:*** **Fogarolli - Här vänds ett tvärstopp till nytänkande och nytt affärsområde**



### **Från ett fåtal Fogarollibilar till 40 runt om i Skandinavien**

Många känner igen de knallröda små mopedbilarna som fäller upp bakhjulet och säljer rykande färska kaffe från Italien.

Sebastian Ryberg, vd och grundare av Fogarolli, drog igång företaget under sina studieår på Chalmers. Italienska sambon och medgrundaren Cristina visste hur ett riktigt gott italienskt kaffe skulle smaka.

Från en försiktig början runt 2008 med 3–4 bilar i Sverige, har Fogarolli vuxit till en franchise-kedja med 40 bilar runt om i Skandinavien. Franchisetagarna är lokala entreprenörer med bra lokal kännedom och egna kontaktnät. Närheten till kunden är viktig. I kaffekön fångar man upp signaler från gästerna, signaler som ofta leder till nästa affär.

### **Så kom coronan...**

Evenemangsbranschen har haft en stor betydelse för Fogarollis expansion. Den har inneburit försäljning av kaffe i anslutning till större evenemang som konserter, festivaler etcetera, och catering där företag hyr in Fogarolli till sina event. Så kom coronan...

Besöksbranschens kris under våren 2020 påverkade Fogarolli direkt. Det blev tvärstopp och avbokningar. Företaget hade aldrig tidigare behövt hantera en enda avbokning. Nu ringde franchisetagarna till Sebastian Ryberg och Cristina Fogarolli, alla med samma fråga – vad gör vi?

En struktur för kommunikation med alla i kedjan fanns på plats. Varje vecka träffas man digitalt i ett "sales network" där man går laget runt för uppdateringar. Nu var den gemensamma frågan hur man

tar sig ur krisen. Alla idéer lades på bordet och efter en hel del diskussioner och finslipande kom den fram – ”Kaffetimmen”. Sebastian Ryberg:

- När coronan var som värst i våras riktades blickarna mot bland annat vårdpersonalen som slet enormt under pressade förhållanden. I likhet med många andra såg vi dem som krisens hjältar. Vad kunde vi göra för dem? Jo, vi kunde bjuda dem på en riktigt god kopp kaffe. Och så var ”Kaffetimmen” född.

Kaffetimmen innebär att Fogarolli erbjuder andra företag att köpa ”kaffetimmar”. Fogarolli kör iväg och serverar gratis kaffe till vårdpersonal utanför vårdinrättningar, i andra företags namn – företag som får publicitet i ett positivt sammanhang. En del företag köpte enstaka timmar, andra bokade upp flera veckor. En genial idé – alla hade möjlighet att göra affärer igen.

## Spira ger stöd i omställning till ett nytt affärsområde

Kaffetimmen gav erfarenheter som man har nytta av när Fogarolli nu arbetar med ett nytt, tredje affärsområde – Street – vid sidan av Event och Catering. Street innebär att köra ut de röda mopedbilarna till offentliga platser, längs gator, torg, stränder, destinationsmål – platser där folk passerar eller stannar till. Att arbeta med ett nytt affärsområde är en stor omställning. Man ska sälja på helt nya platser och tänka nytt. Säljcoachning är därför ett identifierat område för önskade insatser inom Spira.



Parallellt med introduktionen av Street började Fogarolli också utveckla egna förpackningar med kaffe/kaffeböner och chokladpulver för varm choklad. Man har designat egna plåtburkar med kaffe och choklad och försäljningen har gått över förväntan. På en mäsas i Danmark i augusti fick man 50 nya kunder som ville sälja Fogarollis produkter. Denna framgång visar på en stor framtida potential, både i Sverige och internationellt, inte minst på den tysktalande marknaden där man bokar in ett stort antal retail-mässor.

Men allt detta innebär också nya utmaningar. Med hjälp av Spira ska Fogarolli få en ny struktur för att hantera nya produkter, nya kontakter, nya kunder. Det behövs ett nytt affärssystem för att ta

hand om beställningar på ett strukturerat sätt, synkronisera med ekonomistyrning, med fraktavtal - det är många bitar som ska falla på plats.

Fogarollis Spira-konsult har gjort en kartläggning och en analys av företaget, och börjar nu sätta ihop en handlingsplan med förslag på åtgärder. Sebastian Ryberg:

- Det betyder så mycket att någon extern ser på verksamheten utifrån, och tror på ens idéer. Någon som ser potentialen och är beredd att satsa. Det har stärkt oss och gett oss mer kraft att arbeta framåt. Det vi lär oss nu kommer vi att ha stor glädje av både i den nära framtiden och senare, efter coronan, när allt förhoppningsvis blir mer normaliserat.



[Läs mer om Spira här](#). Huvudfinansiärer för projektet Spira Skåne är Region Skåne och Europeiska regionala utvecklingsfonden. Övriga medfinansiärer: Helsingborgs Stad, Kristianstads kommun, Lunds kommun, AWA, Sparbanken Skåne och KPMG. Utöver detta stöttas projektet av Almi i styrgruppen.