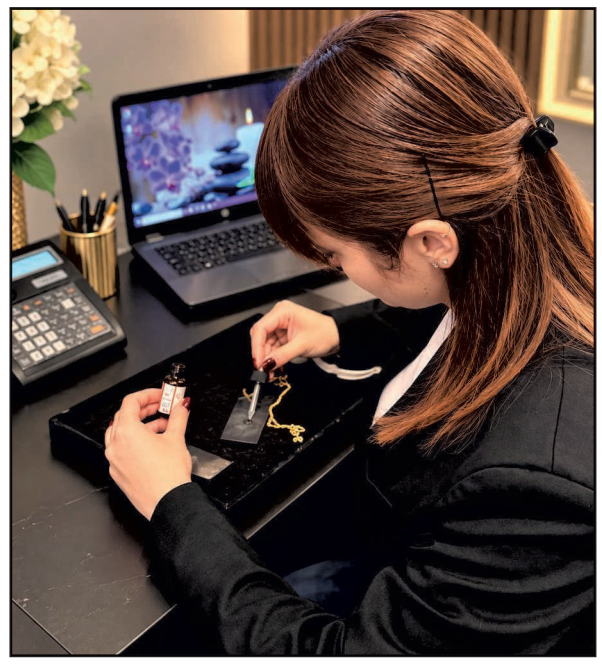
I.P.

MARANGI COMPRO ORO, da Roma parte la sfida nazionale: il marchio punta sul franchising

Dopo quasi vent'anni di attività e sei punti vendita nella Capitale, l'imprenditore romano Marco Marangi prepara l'espansione in Italia. Un progetto che punta su formazione, trasparenza e organizzazione in un mercato dell'oro ai massimi storici

Da un primo negozio aperto a Roma nel 2007 a un progetto di espansione su scala nazionale. È il percorso imprenditoriale di Marco Marangi, fondatore di Marangi Compro Oro, marchio specializzato nella compravendita di oro e metalli preziosi che oggi conta sei punti vendita nella Capitale e si prepara a sviluppare una rete in franchising sul territorio italiano. Un'iniziativa che arriva in una fase particolarmente significativa per il settore. Le quotazioni dell'oro, protagoniste di una lunga stagione di rialzi, hanno riportato l'attenzione sul valore dei preziosi detenuti dalle famiglie e sull'importanza degli operatori specializzati nella loro compravendita. Per Marangi, però, la nuova sfida imprenditoriale non nasce soltanto dalle favorevoli condizioni del mercato. Alla base del progetto c'è soprattutto la volontà di trasformare l'esperienza maturata nella gestione diretta dei negozi romani in un modello organizzativo replicabile, capace di mantenere gli stessi standard professionali anche al di fuori della Capitale.

MARANGI
COMPRO ORO
FRANCHISING
LUXURY GIOIELLERIA



DAL PRIMO NEGOZIO A SEI PUNTI VENDITA NELLA CAPITALE

La storia di Marangi Compro Oro comincia nel 2007, quando Marco Marangi decide di avviare un'attività nel settore della compravendita dei preziosi. Da quella prima iniziativa nasce un percorso di crescita che porta il marchio ad affermare la propria presenza in diversi quartieri romani. Oggi l'azienda opera a Prati, Parioli, San Giovanni, Centocelle, Colli Portuensi e Talenti. Sei realtà commerciali che hanno permesso di consolidare un metodo di lavoro fondato sulla specializzazione del personale, sulla gestione delle operazioni e sul rapporto diretto con il pubblico. Una caratteristica del marchio è la scelta del fondatore di utilizzare il proprio cognome come identità aziendale. Una decisione che lega la reputazione personale dell'imprenditore a quella dell'impresa e ne sottolinea l'impegno nei confronti dei clienti. Il modello adottato nei punti vendita prevede valutazioni gratuite e senza impegno, pesatura degli oggetti davanti al cliente e spiegazione dei criteri utilizzati per stabilire il valore dei preziosi. Un approccio che punta a rendere comprensibile ogni fase della compravendita, consentendo al consumatore di valutare la proposta ricevuta e scegliere liberamente se procedere con la vendita.

IL MERCATO DELL'ORO APRE NUOVE PROSPETTIVE

Il progetto di espansione si inserisce in uno scenario internazionale nel quale l'oro continua a occupare una posizione centrale, sia come bene rifugio sia come strumento di diversificazione patrimoniale. I dati del World Gold Council evidenziano la portata di questa fase. Nel 2025 la domanda mondiale di oro, comprese le operazioni fuori mercato regolamentato, ha superato le 5.000 tonnellate, raggiungendo un controvalore di 555 miliardi di dollari. Nello stesso periodo il metallo prezioso ha registrato 53 nuovi massimi storici. La tendenza ha interessato anche il 2026: nel primo semestre la domanda globale ha toccato 2.522 tonnellate, per un valore complessivo di circa 380 miliardi di dollari. L'andamento delle quotazioni assume particolare rilevanza anche per il mercato italiano, dove gioielli e oggetti in oro rappresentano spesso una componente del patrimonio familiare, conservata per anni o tramandata da una generazione all'altra. Quando questi beni vengono immessi sul mercato, il ruolo dei compro oro diventa determinante nel collegare le quotazioni internazionali al valore concretamente riconosciuto al venditore. È un settore nel quale la fiducia del consumatore, la preparazione tecnica e la correttezza delle procedure costituiscono fattori decisivi. La normativa italiana, in particolare il decreto legislativo 92/2017, ha introdotto una disciplina specifica per gli operatori compro oro, rafforzando gli obblighi di identificazione, tracciabilità e registrazione delle operazioni. In questo contesto, la capacità di offrire valutazioni comprensibili e un servizio professionale rappresenta un elemento importante per distinguersi sul mercato.

IL PROGETTO FRANCHISING: PORTARE IL MODELLO MARANGI IN TUTTA ITALIA

Dopo aver sviluppato la rete romana, Marco Marangi ha deciso di avviare una nuova fase imprenditoriale attraverso il franchising. L'obiettivo è creare una rete nazionale di punti vendita che condividano il marchio, le procedure operative e il metodo commerciale sperimentato nel corso di quasi vent'anni di attività. Il progetto prevede un percorso di affiliazione che comprende formazione, assistenza organizzativa, trasferimento delle competenze e supporto nelle diverse fasi di apertura del negozio. Gli affiliati potranno avvalersi di manuali operativi, strumenti gestionali e indicazioni per l'allestimento dei locali, oltre alla preparazione del personale e all'applicazione delle procedure previste per la compravendita dei metalli preziosi. L'intenzione è mettere a disposizione dei nuovi imprenditori non soltanto un'insegna commerciale, ma una struttura organizzata e un patrimonio di esperienza costruito attraverso la gestione quotidiana dei negozi. Il modello mira inoltre a favorire una maggiore prevedibilità dei costi di affiliazione, ferma restando l'autonomia imprenditoriale di ciascun affiliato e i rischi connessi all'attività.

FORMAZIONE E QUALITÀ AL CENTRO DELLA CRESCITA

Per Marangi, l'espansione nazionale dovrà procedere attraverso una selezione attenta dei futuri affiliati. Il comparto dei metalli preziosi richiede infatti capacità tecniche, precisione nelle valutazioni e conoscenza degli obblighi normativi. La scelta è quindi quella di privilegiare la qualità della rete e la preparazione degli operatori rispetto a una crescita basata esclusivamente sul numero delle aperture. La sede centrale avrà il compito di definire e condividere gli standard operativi, mentre i singoli imprenditori manterranno la responsabilità della gestione delle rispettive attività. Un'impostazione che punta a coniugare l'esperienza di un marchio consolidato a livello locale con le opportunità offerte dall'iniziativa imprenditoriale indipendente.

UNA NUOVA FASE PER L'IMPRESA ROMANA

Il passaggio al franchising segna un'evoluzione importante nel percorso di Marangi Compro Oro: da rete di negozi direttamente gestiti a progetto di sviluppo nazionale. La sfida consiste nel trasferire un modello commerciale nato e cresciuto a Roma in realtà territoriali differenti, preservandone i principi fondamentali: professionalità, trasparenza, riconoscibilità del marchio e attenzione al cliente. In un mercato influenzato dalle quotazioni internazionali e da una concorrenza sempre più articolata, l'organizzazione e la capacità di instaurare rapporti di fiducia possono rappresentare elementi determinanti per la crescita delle imprese. Per il marchio fondato da Marco Marangi, il franchising rappresenta dunque il prossimo capitolo di una storia imprenditoriale iniziata nel 2007 nella Capitale, con l'obiettivo di portare un'esperienza consolidata nel settore dei preziosi anche nel resto d'Italia.

Per informazioni:
www.marangicomprooro.it

WGN6jRxi3s