

Da chiosco del caffè a business miliardario: come Scooter's è diventato una delle principali catene in franchising d'America

2026-05-05 07:00:41 di Chloe Sorvino

URL:<https://forbes.it/2026/05/05/da-chiosco-del-caffe-a-business-miliardario-come-scooters-e-diventato-una-delle-principali-catene-in-franchising-damerica/>

Più di dieci anni dopo aver avviato la sua catena di caffetterie **Scooter's** con base a **Omaha**, il fondatore **Don Eckles** scrisse una lettera a **Warren Buffett** per verificare se la **Berkshire Hathaway** potesse essere interessata ad acquistare la sua attività. L'Oracolo della sua città natale rispose chiedendo ulteriori informazioni e i due "andarono avanti e indietro un paio di volte". Alla fine Buffett concluse che Scooter's—che era stata avviata con capitali raccolti in prestito da amici e familiari—era troppo piccola "per muovere l'ago della bilancia per Berkshire". Tuttavia Buffett suggerì un altro investitore del Nebraska, **M-One Capital**, e quell'introduzione portò infine a un accordo nel 2018 che liberò Eckles, permettendogli di concentrarsi completamente sull'espansione. "Non potevamo e non siamo riusciti a farlo da soli", dice Eckles, che ha compiuto 70 anni lo scorso anno. "Siamo stati benedetti oltre le nostre più grandi speranze".

I numeri di Scooter's

Scooter's resta ancora in parte un segreto del Midwest, ma da quell'accordo ha continuato a crescere. La catena di caffetterie fondata nel 1998 da **Eckles** e sua moglie **Linda** oggi conta **912 sedi**—escluse 19 gestite direttamente dall'azienda, tutte le altre sono in franchising—molte delle quali nel Midwest. Nel complesso, lo scorso anno questi punti vendita hanno generato **859 milioni di dollari di vendite**, traducendosi in circa **80 milioni di dollari di ricavi** per la holding di Eckles. È un modello estremamente redditizio. Poiché quasi tutti i costi sono a carico dei franchisee, *Forbes* stima che Eckles abbia registrato profitti per circa 50 milioni su quegli 80 milioni di ricavi, con un margine netto del 62,5%. Quel margine rende Scooter's un obiettivo appetibile per acquisizioni, anche se Eckles afferma di preferire mantenere l'azienda privata. L'anno scorso si è parlato di un'offerta da 1 miliardo di dollari per acquistare la società. Eckles dice: "Non è qualcosa che abbiamo preso in considerazione. Per ora, amiamo essere una società privata". In alternativa, potrebbe anche quotarla in borsa; i mercati apprezzano i titoli legati al caffè. **Dutch Bros**, azienda dell'Arizona tra le migliori azioni del settore ristorazione dalla sua Ipo nel 2021, oggi tratta a oltre 4 volte le vendite e 23 volte il cash flow. "È un marchio presente da molto tempo e tutti si chiedono cosa succederà", afferma **Andy Barish**, analista azionario del settore ristorazione per Jefferies, parlando di Scooter's. "I fondatori sono sempre rimasti molto sotto traccia". Gli Eckles restano azionisti di maggioranza di Scooter's, con una quota stimata del 60% in un'azienda dal valore di circa **1 miliardo di dollari**, pari a circa 600 milioni di dollari. Investitori tra cui **M-One Capital** (Omaha), **Gmb Capital** (Minneapolis) e **Morrison Seger** (Dallas) possiedono il restante 40%. Scooter's è attualmente la 78ª più grande catena di ristorazione negli Stati Uniti e ha sedi in 32 stati. Il suo bacino di clienti più forte è in Nebraska, Iowa, Kansas, South Dakota e Missouri. Per ora non esiste nemmeno una sede sulla Costa Ovest—Scooter's arriva fino a Idaho e Las Vegas—né nel Nord-Est. La catena sta crescendo rapidamente in Florida e ha anche sedi in Georgia, South Carolina e North Carolina. "Essere un concorrente importante in un settore così popolare e competitivo come quello del caffè e delle bevande speciali è molto umiliante", dice Eckles, che è presidente di Scooter's.

La biografia e la carriera di Don e Linda Eckles

Don e Linda si sono sposati nel 1975, dopo essersi conosciuti quando Don era un radiocronista che seguiva un torneo di basket delle scuole superiori nel Nebraska occidentale, dove Linda faceva la cheerleader. Nel 1979 gli Eckles vivevano con la loro giovane figlia ad Anchorage, in Alaska, quando Don, allora 24enne, vide dei conduttori di slitte trainate da cani durante il tragitto casa-lavoro e decise di voler imparare quell'abilità. L'anno successivo partecipò alla Iditarod Trail Sled Dog Race del 1980 con 14 husky (noleggiati). Si ritirò poco dopo i due terzi della gara, quasi al settescentesimo miglio, e imparò una lezione importante: "La saggezza è importante quanto l'intelligenza", dice Eckles. "Ogni decisione ha delle conseguenze. Io prendo rischi, ma voglio che siano rischi consapevoli e ben ponderati". Dopo essersi trasferiti a Folsom, in California, gli Eckles aprirono una caffetteria con servizio al tavolo, ma Don e Linda erano entrambi originari del Nebraska e volevano riportare la loro famiglia—ormai con una seconda figlia—nel Midwest. Ebbero l'idea di portare a Omaha il modello del caffè drive-through, allora appena diventato popolare sulla Costa Ovest. Dopo il trasferimento, nel 1998 gli Eckles ristrutturarono la loro prima sede—un ex ristorante cinese di 650 piedi quadrati—con 40.000 dollari (oltre 80.000 in valore attuale) di risparmi. "Sapevo che nessuna banca avrebbe prestato soldi a uno che chiedeva un finanziamento per costruire un piccolo edificio drive-through nel parcheggio di qualcun altro e poi vendere caffè da 3 dollari a Omaha", ricorda Eckles. Era preoccupato di finire i soldi. Era già successo in tre delle sue attività precedenti, tra cui un franchising A&W, una caffetteria e una piccola stazione radio in Iowa. Questa volta quindi non voleva commettere errori. Lui e Linda lavorarono a ogni turno per i primi quattro mesi, con Linda che fin dal primo giorno applicava un adesivo con una faccina sorridente su ogni coperchio del caffè. Eckles dice di sua moglie Linda, che ha rifiutato di commentare: "Abbiamo imparato molto su noi stessi e su come funziona l'attività. Ad esempio, abbiamo capito rapidamente che Linda era molto più brava allo sportello di quanto lo fossi io. Io capivo il business e le necessità operative, ma lei amava davvero vedere e parlare con i clienti. I clienti erano importanti per lei e, di conseguenza, col tempo anche lei è diventata importante per loro". Dopo circa quattro mesi, il primo Scooter's iniziò a raggiungere il pareggio e la coppia assunse i primi dipendenti.

L'espansione del marchio

Circa tre mesi dopo aprì la seconda sede. Al quinto punto vendita, gli Eckles avevano preso in prestito 150.000 dollari per costruire due piccoli chioschi in un centro commerciale vicino, ma rischiarono quasi il fallimento quando i costi di costruzione aumentarono rapidamente. "All'inizio del business, il successo è molto fragile", dice Eckles. "È facile commettere un errore così grande da non poter essere recuperato". Nel 2001 la coppia decise di avviare il franchising su suggerimento di amici, familiari e clienti che chiedevano di aprire una propria sede. Aiutava il fatto che aprire uno Scooter's costasse molto meno rispetto a un tipico fast food. La maggior parte delle sedi sono chioschi da 644 piedi quadrati con drive-through, non i tradizionali siti da due acri richiesti da altre catene di ristorazione, il che le rende più facili da costruire e finanziare. Inoltre, alcune sedi possono occupare spazi alla fine di centri commerciali e risultare ancora più piccole. Quando M-One Capital investì nel 2018 su suggerimento di Buffett, gli Eckles modificarono il modello di business. "Davamo quote della nostra azienda e distribuivamo il 75% del reddito imponibile agli investitori come dividendi. All'inizio non era molto, ma nel tempo è diventato un importo significativo", dice Eckles. "Ci siamo resi conto che, se volevamo costruire un'impresa grande e di successo, non potevamo distribuire il 75% dei profitti. Dovevamo reinvestire quei soldi nel business". Interruppero quindi la distribuzione del 75% dei profitti per i primi investitori, utilizzando una parte del capitale di M-One Capital per ricompensare amici e familiari che avevano sostenuto l'azienda all'inizio, "con la consapevolezza che", spiega Eckles, "in futuro avremmo distribuito solo quanto necessario per le tasse. Il resto lo avremmo reinvestito in persone, strutture e attrezzature. In altre parole, crescita". "Questa è una storia di crescita che le persone sapranno apprezzare nel tempo", dice **Joe Thornton**, diventato ceo di **Scooter's** nel 2024. La crescita dell'azienda è stata favorita dalla relativa assenza di concorrenza nel suo territorio principale delle Grandi Pianure. Attualmente è il principale concorrente di Dutch Bros, ma la catena drive-through 7 Brew, con sede in Arkansas, sta rapidamente guadagnando terreno. "Resta la domanda: cosa succederà quando Dutch Bros e 7 Brew inizieranno a espandersi in Nebraska, Oklahoma, Kansas e Iowa?", dice Barish di Jefferies. "Scooter's potrebbe subire pressioni dalla nuova concorrenza". Anche senza aumentare il numero di sedi, esiste margine di crescita delle vendite: in media un chiosco Scooter's genera poco meno di 1 milione di dollari l'anno, mentre Dutch Bros arriva a 2,1 milioni e 7 Brew a 1,9 milioni per punto vendita. Il quarto delle sedi con le migliori performance di Scooter's ha margini di profitto netto superiori al 20%. La media è più vicina al 15%

(Dutch Bros e 7 Brew non pubblicano questi dati). Eckles afferma che la redditività dei punti vendita resta la sua priorità assoluta. Oppure, come dice lui: “900 è solo un numero sulla strada verso un numero più grande”.