La Milanese abre su expansión en España con franquicias desde 46.000 euros

La cadena busca inversores para crecer con locales de tamaño contenido y una carta centrada en la milanesa italiana

jueves 9 de julio de 2026



La Milanese ha puesto en marcha su expansión en franquicia en España con un modelo dirigido a inversores y emprendedores del sector de la restauración. La enseña, especializada en milanesas gourmet de inspiración italiana, sitúa esta nueva fase en un

momento de mayor presencia de este producto en la oferta hostelera y plantea una inversión inicial desde 46.000 euros.

La compañía presenta su proyecto como una marca construida alrededor de un único producto principal, la milanesa italiana. A partir de esa base, ha desarrollado una carta que incluye elaboraciones artesanales, salsas propias y burgers italianas, dentro de una propuesta de restauración casual gourmet orientada a consumidores que buscan alternativas distintas a la restauración convencional.

El origen de la marca está ligado a Niccolò y Alessandro, que, según explica la empresa, compartían una fuerte vinculación con la gastronomía desde que se conocieron en la Università dei Sapori de Perugia, en Italia. De esa relación surgió la idea de crear un concepto propio a partir del análisis del recorrido de este plato y de su implantación en distintos mercados. La compañía vincula esa reflexión con la "Cotoletta alla milanese", una receta con arraigo en la tradición gastronómica italiana y presencia en otros países europeos.

La Milanese sostiene que la milanesa ha dejado de ocupar un papel secundario en muchas cartas para convertirse en un producto con identidad propia y capacidad de atracción. Sobre esa lectura del mercado, la enseña articula una propuesta que combina tradición e innovación y que busca convertir un plato clásico en el eje de una marca escalable.

En el plano operativo, la empresa ha diseñado un formato pensado para locales de dimensión contenida, frente a otros modelos de restauración que exigen superficies mayores, inversiones más altas y una gestión más compleja. Según la compañía, este planteamiento facilita la implantación del negocio en zonas urbanas, áreas residenciales consolidadas, ubicaciones de tránsito y entornos con demanda de restauración diferenciada.

La cadena asegura además que acompaña al franquiciado en las principales fases del proyecto. Ese apoyo incluye la búsqueda y adecuación del local, la formación inicial, la puesta en marcha del establecimiento, el soporte operativo y el respaldo en marketing. El objetivo, según la empresa, es ordenar el proceso de apertura y mantener una experiencia homogénea en toda la red.

Desde La Milanese afirman que la marca llega al mercado en un momento en el que la milanesa está mostrando capacidad de atracción entre los consumidores. La compañía añade que su intención es convertir ese producto en una marca de restauración escalable, con una propuesta italiana, gourmet y accesible para el inversor.

La enseña defiende que la especialización del producto y la versatilidad del formato la sitúan como una alternativa dentro del mercado de franquicias de hostelería. En esa estrategia, la inversión inicial desde 46.000 euros se presenta como uno de los argumentos para captar nuevos franquiciados en España.

Con esta apertura de su red, La Milanese busca incorporar socios que compartan la visión de la marca y quieran desarrollar un negocio de restauración apoyado en un concepto monoproducto. La empresa desarrolla en la actualidad su expansión en el mercado español con una propuesta centrada en la milanesa gourmet y en un formato de implantación flexible.