

Il franchising è a prova di crisi

I network creano occupazione: previste 3 mila assunzioni

Il franchising in Italia

n. Franchisor (*)	922
n. Franchisee (*)	49.259
Personale occupato (*)	157.629
Giro d'affari (*)	20.6 (mld euro)

Fonte: elab. FIF - Confesercenti su dati BRD Consulting (*) in assenza di registri ufficiali sul settore del franchising, i dati trattati sono stati elaborati su informazioni fornite dalle imprese che operano nel settore.

Pagina a cura di ROXY TOMASICCHIO

Con le 3 mila assunzioni stimate per quest'anno e le 3.900 per il 2011 da parte delle 90 imprese di settore, che occupano a oggi oltre 20 mila addetti, il franchising si conferma non solo un settore poco incline a subire la crisi, ma anche in grado di farsi promotore della ripresa. Con quali armi? Coniuga l'indipendenza operativa tipica del piccolo imprenditore e i vantaggi delle economie di scala garantite dal franchisor. E i dati in aumento, sia per fatturati sia per numero di marchi, lo riprova. È la fotografia, scattata a tre mani, da Confimprese (tramite una ricerca realizzata da Gea), Assofranchising e Fif-Confesercenti.

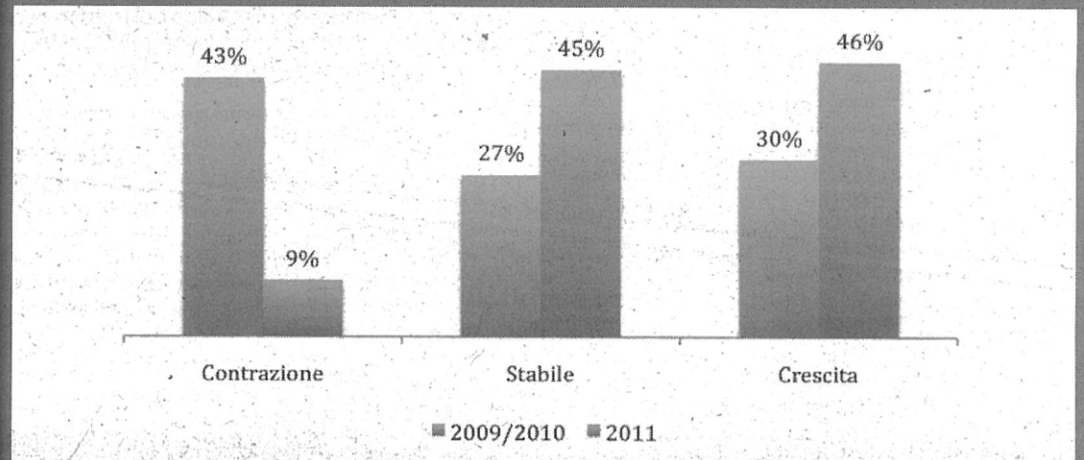
Il franchising crea occupazione... «L'imprenditoria protetta», spiega Francesco Montuolo, vice presidente area franchising di Confimprese, «funziona anche nei momenti di crisi, in quanto gli imprenditori hanno bisogno di sviluppare un business la cui formula sia consolidata. Per questo Confimprese chiede al governo un interlocutore stabile dedicato al franchising all'interno del ministero dello sviluppo economico, in modo che il comparto possa svilupparsi nell'interesse del paese. Se a questo si aggiungesse una maggiore apertura al credito da parte degli istituti bancari, il franchising potrebbe trovare nuovo impulso per crescere e, oltretutto, creare occupazione. Proprio su questo punto la ricerca *Il franchising in Italia. Strategie per contrastare la crisi dei consumi e sostenere lo sviluppo* evidenzia un trend significativo», aggiunge Montuolo, «il franchising sostiene il tasso occupazionale. Le 90 imprese intervistate occupano a oggi oltre 20 mila addetti e rispettivamente per l'anno in corso e per il 2011 sono previste 3.000 e 3.900 nuove assunzioni. In funzioni come la logistica, gli acquisti, l'amministrazione e controllo sono previsti potenziamenti e nuovi inserimenti: ben 130-140 addetti per il campione analizzato». La metà circa del campione, infatti, dichiara che la crisi sembra ormai alle spalle, nonostante negli ultimi due anni ci sia stata una contrazione del loro mercato. Per alcuni comparti di beni o servizi

c'è stata una domanda stabile (27%) o addirittura in crescita (30%). «Il campione», commenta Enzo Losito Bellavigna, partner di Gea, «indica come obiettivi prioritari un maggiore presidio e controllo della rete (82%) per garantire armonia, rapidità e coerenza nella messa in atto dei nuovi indirizzi commerciali, l'ampliamento della gamma prodotti e servizi (77%) e un approccio consapevole al contenimento dei costi operativi e di acquisto, rispettivamente 64% e 62% delle risposte». In conclusione, i franchisor italiani hanno dimostrato capacità gestionali significative, muovendosi con rapidità e decisione sui propri fondamentali: il format di punto vendita, l'offerta commerciale, la formula di affiliazione, i servizi offerti all'affiliato.

... e si conferma dinamico. «Malgrado il permanere di una bassa propensione ai consumi e le conseguenti difficoltà del commercio, il comparto manifesta un certo dinamismo a conferma che si tratta di un sistema distributivo che, grazie alla sua maggiore produttività, da un lato consente di meglio attraversare le fasi negative dell'economia quale l'attuale e, dall'altro, di meglio cogliere le opportunità delle fasi espansive che sempre seguono le fasi negative», spiega il presidente di Assofranchising, Graziano Fiorelli. Secondo le ultime analisi di Assofranchising, il 2010 sembra indicare una certa inversione di tendenza: infatti, «cresce il settore dei prodotti e dei servizi specializzati, così come il comparto immobiliare, dopo due anni di forti difficoltà, fa registrare finalmente indicatori di nuovo positivi. Segno positivo anche per i comparti della ristorazione e dell'abbigliamento in generale, che rappresentano una parte consistente del franchising, sia per numero di punti vendita sia per fatturato e numero di addetti». Prova del nove, la ricerca qualitativa realizzata da Assofranchising da Luca Pellegrini, professore ordinario dell'Università Iulm di Milano, secondo cui c'è una leggera crescita o stabilità nel 2010 per alcuni comparti in franchising, come la ristorazione, il turismo, l'abbigliamento, il real estate, l'intimo e calzetteria e i servizi e prodotto specializzati, mentre un leggero calo è previsto per il settore alimentare.

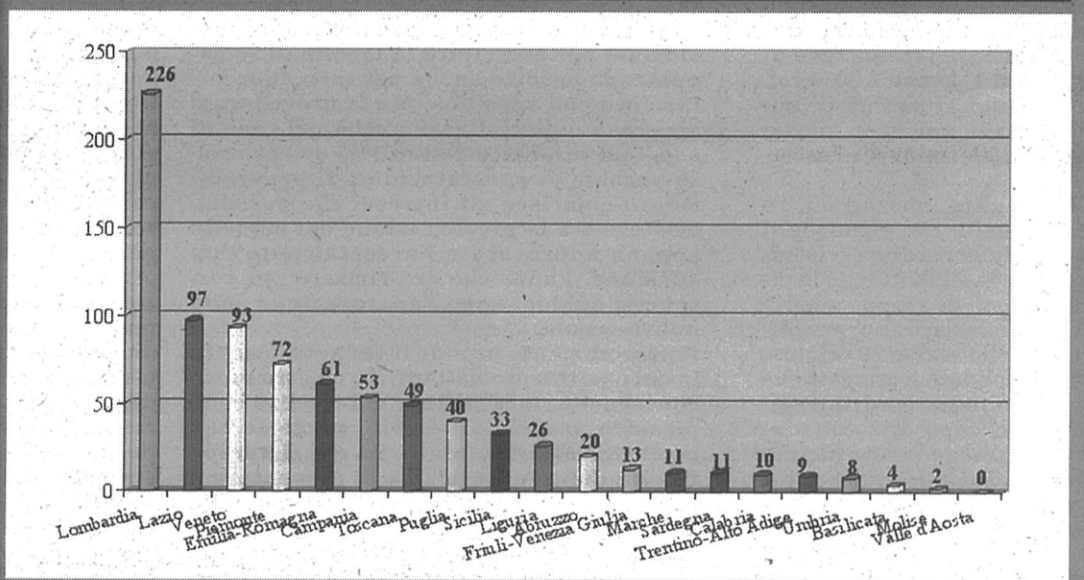
Alle dichiarazioni di Assofranchising e Confimprese fa eco Pa-

Andamento complessivo del mercato (% rispondenti)



Fonte: ricerca commissionata da Confimprese a Gea Consulenti Associati di direzione aziendale

Localizzazione per regioni



Fonte: Osservatorio Permanente sul Franchising, Quadrante e Servizio Studi Assofranchising

Si affaccia sul mercato la formula a tempo

Mi faccio l'impresa in franchising, sì o no? Pur essendo una formula che minimizza i rischi, per chi avesse ancora dubbi sull'opportunità di avviare una attività imprenditoriale come affiliato, o per i giovani a caccia di una prima esperienza imprenditoriale, ecco arrivare una soluzione a tempo determinato, come in una sorta di fase test. O, come l'hanno denominata i promotori, «a noleggio», ricalcando la formula del rent office. Si tratta, infatti, di un contratto della durata di 16 mesi, per la gestione di una agenzia di viaggi del gruppo Arcadelphi Viaggi, al costo di 350 euro mensili (a cui aggiungere un acconto di 3 mila euro e incrementi del 10% annuali per i successivi anni di collaborazione). Al termine

di 12 mesi si apre un ventaglio di opzioni: da un lato, chi volesse proseguire potrà continuare a gestire il punto vendita con la formula del noleggio; cercare un socio per continuare l'attività insieme; passare dalla formula di noleggio temporanea alla gestione continuativa. Dall'altro lato, chi volesse interrompere l'esperienza, potrà rivendere l'agenzia di viaggi. La formula permette, quindi, di conoscere gradualmente costi e benefici dell'affiliazione, avendo a disposizione 16 mesi entro i quali decidere se continuare o meno la propria attività. Il pacchetto include, tra l'altro, la formazione e l'utilizzo di piattaforme tecnologiche. Mentre non sono richieste esperienze precedenti nel settore.

trizia De Luise, presidente della Federazione italiana franchising, Fif-Confesercenti: «In un periodo di contrazione dei consumi, il settore ha mantenuto il segno positivo. Ciò è spiegato dal fatto che il comparto dà la possibilità di rispondere alle esigenze del mercato in modo più preciso, ma con i

vantaggi dell'economia di scala. I costi di innovazione, ricerca, promozione e formazione in questo caso non sono a carico del singolo, ma del network. Visto che questo è il nostro punto di forza, dobbiamo studiare il più possibile questo modo di fare impresa, per potenziarne i lati positivi e costruire un

sistema sempre più competitivo». Un sistema che, stando alla nona indagine sul franchising, promossa da Fif-Confesercenti e condotta su dati di Brd Consulting, conta su 49.259 punti vendita, 157.629 persone occupate e giro d'affari superiore ai 20 miliardi.