

# Il convegno / Bussoli: «Il franchising ha tenuto testa anche alla crisi»



«Il franchising è un settore che funziona e che ha mostrato di funzionare anche negli anni più difficili della grande crisi». A dirlo è Italo Bussoli, presidente e segretario generale di Assofranchising, che oggi è intervenuto all'Ascom di Bergamo per presentare la tappa orobica del tour "Franchising: diventare imprenditori di successo", incontro promosso in diverse città italiane per presentare le caratteristiche e i vantaggi del franchising per chi desidera avviare o riconvertire un'attività commerciale. I numeri gli danno ragione.

Secondo l'analisi dell'Osservatorio permanente del Franchising della Sapienza di Roma, dal 2008 al 2014 il comparto non solo ha tenuto ma ha registrato anche spunti positivi: a parte una lieve flessione nel numero di punti vendita (-2,6%), tutti gli altri indici sono in crescita: giro d'affari (+ 4,2%), numero

d' insegne franchisor (+15% circa), addetti occupati (+4,1%). Anche il bilancio del 2015 è positivo. Lo scorso anno si è chiuso con un giro di affari 23 miliardi e 300 milioni (+0,4% rispetto al 2014), 947 insegne attive (+ 0,6%), oltre 50mila punti vendita (+0,8%), e 188mila addetti occupati, (+0,7%), con una media di occupati per singolo punto vendita (compreso il franchisee), di 3-4 addetti.

### **Come si presenta oggi il mercato del franchising?**

«Le merceologie sono circa 30 e continuano ad essere le stesse. La grande distribuzione conferma una grande forza, aumenta il settore abbigliamento uomo e donna, e il settore intimo va benissimo. I settori calzature e pelletteria sono in crescita, l'ottica funziona bene e anche i servizi hanno stanno avendo risultati positivi. Sono invece in discesa le agenzie turistiche, le gioiellerie e le bigiotterie e la cosmetica. Il dato nuovo e più significativo è il forte aumento, addirittura dell' 11,3%, delle reti italiane all'estero. Negli ultimi due-tre anni i marchi hanno manifestato una propensione a esportare il proprio format all'estero, in risposta anche alla contrazione del mercato italiano».



### **Quali sono le ubicazioni più richieste?**

«La stragrande maggioranza di aperture, più dell'80%, avviene in città. Questo anche grazie alle misure di riqualificazione dei centri urbani in atto che facilitano il posizionamento nei centri cittadini. I centri commerciali sono un business a sé, che riguarda e interessa i marchi più grandi che devono avere un brand riconoscibile».

## **Crede che ci siano ancora margini di crescita per il comparto?**

«Ci attendiamo di sicuro un trend in crescita. Per un fatto semplice, il franchising in Italia è ancora un mercato piccolo rispetto ad altri grandi mercati europei come la Germania, la Francia e, soprattutto, gli Stati Uniti, dove il franchising supera il 38%, quindi può solo svilupparsi. Inoltre, il mercato negli ultimi anni favorisce e premia le esperienze di rete. Bisogna considerare anche un aspetto: il franchising è un settore che ha due punti di forza importanti: è un comparto fatto di giovani – oltre l'85% sono sotto i 45 anni – e di donne, il 39% dei punti vendita è aperto da imprenditrici».

## **Oggi a Bergamo si tiene la tappa orobica del road show "Franchising: diventare imprenditori di successo". Qual è il senso di questi incontri?**

«Assofranchising ha stretto un'alleanza forte con Confcommercio-Imprese per l'Italia per il sostegno e la diffusione del franchising. Questa collaborazione sta funzionando bene, nel giro di due anni sono nati 50 sportelli su tutto il territorio italiano presso altrettante Ascom provinciali. Sono centri d'informazione e consulenza gratuita sul franchising per commercianti in attività che vogliono riposizionarsi in modo più competitivo sul mercato e per giovani e donne che vogliono avviare un'attività in proprio in condizioni di minor rischio rispetto a farlo da soli. Assofranchising ha erogato la formazione ai responsabili degli sportelli, perché possano supportare chi è interessato ad avvicinarsi al franchising. I road show negli sportelli Franchising Ascom hanno l'obiettivo di far conoscere questo servizio e le aziende presenti sul territorio aggiungendo una opportunità per gli imprenditori del commercio».