

IL SISTEMA FRANCHISING RESISTE ALLA PANDEMIA

Il nuovo Rapporto Assofranchising 2021: Strutture, Tendenze e Scenari

Rubrica a cura di Assofranchising



Italo Bussoli - Presidente di Assofranchising

Il Rapporto Assofranchising 2021 – Strutture, Tendenze e Scenari, a cura ed elaborato dal Servizio Studi Assofranchising, in collaborazione con CREA, presenta i dati relativi allo stato di salute del franchising nel 2020 e, nonostante il dramma della pandemia, che ha causato un calo del 10,5% nelle reti di franchising attive passate da 980 del 2019 a 877 del 2020, **il sistema franchising si consolida nel sistema imprenditoriale italiano: nello specifico, il giro d'affari nel 2020 è pari a €27.058.533.300, in aumento del 3,5%**. In crescita anche il numero di punti vendita affiliati in Italia (+1,3%), leggermente in calo invece quelli in franchising all'estero (-2,9%). Le reti con sede all'estero, che operano in Italia solo tramite franchisee, crescono del 3,4%. Cresce anche il numero di addetti nel sistema franchising (+4,8%) e leggermente anche la media di occupati per punti vendita che, in Italia, salgono a +5,2%. Nel complesso emerge la tendenza traducibile in una buona tenuta del sistema franchising in Italia, nonostante l'inevitabile impatto negativo generato dal perdurare della crisi causata dalla pandemia di Covid-19.

"I risultati del Rapporto Assofranchising 2021 – Strutture, Tendenze e Scenari dimostrano come la formula del franchising sia lo strumento più utile per avvicinarsi all'autoimpiego: la forza della rete che fa squadra nei momenti difficili – e certamente il 2020 è stato tra i più drammatici degli ultimi 13 anni – mettendo a punto soluzioni e supporti su misura rivela la capacità di tenuta del franchising sia in termini di fatturato, sia occupazionali. Durante tutto il 2020 i nostri associati hanno studiato formule ad hoc per andare incontro ai loro franchisee garantendo, in questo modo, la prosecuzione delle attività di business. Il 2021 è per noi orientato al consolidamento dell'impegno nei confronti degli associati per poter offrire sempre tutto il supporto necessario e sostenere il desiderio di essere imprenditori che, anche causa un mercato del lavoro sempre più parcellizzato, sta sensibilmente aumentando" – afferma **Italo Bussoli Presidente di Assofranchising** – *"Negli ultimi 5 anni il franchising ha consolidato gli indicatori dal punto di vista del fatturato (+13,1%), dei punti vendita (12,7%) e del flusso occupazionale generato*

(+16,5%). Negativi sono i dati relativi al numero delle insegne operative che diminuiscono del -7,7%, causa Covid-19".

DISTRIBUZIONE DEL FRANCHISING PER AREE GEOGRAFICHE (AREE NIELSEN): NORD OVEST AL PRIMO POSTO SEGUITO DAL SUD, AREA PIÙ REDDITIVA

Per quanto riguarda le aree geografiche, il Nord-Ovest è al primo posto per numero di franchisor (312) pari al 36,8%, seguito dal Sud (182) pari al 21,5% (da notare che proprio al Sud si registra un aumento delle insegne rispetto al 2019), si continua con il Nord-Est (177) pari al 20,9% e il Centro (176) pari al 20,8%. In particolare, **le regioni italiane che ospitano il maggior numero di franchisor sono la Lombardia (244) e il Lazio (95), seguite da Veneto (85), Campania (82) ed Emilia Romagna (72). Il primato regionale nel numero di punti vendita in franchising spetta alla Lombardia (9.340)**, seguita dal Lazio con un numero di punti vendita stabile rispetto al 2019, mentre, al terzo posto, troviamo la Sicilia che, a confronto con le altre regioni, registra il maggior aumento percentuale rispetto al 2019 (+3,9%). Con riferimento alla suddivisione per Aree Nielsen, l'Area Sud risulta essere prima per numero di punti vendita (18.081 PVF), in aumento del +1,6% rispetto al 2019.

In termini di redditività, anche nel 2020 è l'area Sud a generare il miglior risultato, per un totale di € 8.371.389.644 seguita dal Nord-Ovest che nello stesso periodo ha prodotto € 7.884.277.061; il Centro e il Nord-Est si collocano subito dopo, registrando comunque un'incidenza sulla produzione totale molto elevata.

OCCUPAZIONE

Cresce il numero delle imprenditrici rispetto al 2019, a testimonianza di come la formula dell'imprenditorialità in affiliazione risulti particolarmente adatta per le donne che scelgono l'autoimpiego. **La percentuale è del 38,1%, ancora di molto superiore al dato nazionale che si attesta al 21,9%**. Considerando il numero di addetti occupati, **il Nord-Ovest genera occupazione per 70.778 posti, con la maggior incidenza a livello nazionale, seguito dal Sud con 64.429 addetti**; sempre considerando il livello occupazionale, il Centro e il Nord-Est registrano un numero di addetti inferiore rispetto al Nord-Ovest e il Sud, mantenendo comunque una buona incidenza sul totale.



ASSOFRANCHISING
ASSOCIAZIONE ITALIANA FRANCHISING

Assofranchising rappresenta, promuove e difende gli interessi economici, sociali e professionali delle reti in franchising associate. Dal 1971, anno della sua nascita, Assofranchising si è contraddistinta per la fitta rete di relazioni con le Istituzioni e gli altri Enti o Associazioni che hanno interessi coincidenti o vicini ai suoi. Attiva servizi e consulenza mirata, organizza eventi promozionali per i soci, di networking e di studio su temi d'interesse, offre accordi quadro e convenzioni sui molteplici aspetti e prodotti che interessano le aziende che operano in franchising e le relative reti di punti vendita

Nel complesso, i franchisee continuano a essere in maggioranza figure maschili (61,9%). La fascia di età compresa tra 36-45 anni (61,6%) è seguita da quella tra 25-35 anni (24,4%). Quasi assente è il profilo dei giovanissimi (0,8%) e in misura inferiore si registrano figure tra i 46-55 anni (11,3%) e over 55 (1,9%).

SUDDIVISIONE MERCEOLOGICA E TENUTA DURANTE L'EMERGENZA COVID-19

In generale, tutti i settori hanno retto, nonostante la pandemia, con un significativo aumento di fatturato nel settore dei servizi e un calo di fatturato per il commercio specializzato e la ristorazione, evidente risultato delle restrizioni attuate per contenere la pandemia.

- **Abbigliamento:** il settore, che occupa il 20,5%, subisce un calo contenuto sulle reti di franchising con un totale di 180 reti attive rispetto a 189 del 2019 (-4,8%), di cui più del 33% sono localizzate nel Nord-Ovest, seguita da Sud (24%), Nord- Est (22%), Centro (16%) e Reti Estere (4,4%);
- **Servizi:** nel 2020 è il settore con la dinamica migliore e costituisce il 26,5% del totale delle insegne in Italia; settore che nel complesso ha risentito meno delle restrizioni legislative imposte dal governo per fronteggiare la pandemia;
- **Commercio specializzato:** calo significativo del -10,4%, con un totale di 112 reti attive rispetto alle 125 del 2019. Rappresenta una quota del 12,8%;
- **Ristorazione:** ha risentito maggiormente della crisi economica causata dalla pandemia; diminuiscono di 35 unità le reti attive, un decremento del -19,6%. Questo settore è il terzo nella suddivisione merceologica dei franchisor (16,4%).
- **Beauty, cura e benessere della persona:** il settore subisce un calo significativo rispetto all'anno precedente (-13,6%). Questa dimensione merceologica pesa per il 10,8% del totale dei settori considerati;
- **Casa:** il settore subisce un calo contenuto rispetto all'anno precedente con un totale di 45 reti attive nel territorio nazionale. Contribuisce nella misura del 5,1% nella suddivisione merceologica;
- **GDO:** anche se rappresenta solo una piccola porzione rispetto al totale del sistema franchising (3,9%), è il settore che maggiormente incide sul fatturato totale (33,9%), dato che la somma della produzione tra "GDO food" e "GDO non food", genera oltre 9 miliardi di euro. Nel 2020 la grande distribuzione organizzata subisce un calo significativo come numero di reti in franchising.

INVESTIMENTO INIZIALE

Per quanto riguarda la cifra da investire per l'avvio delle attività, nella maggior parte dei casi, è **inferiore ai 100.000 euro**. Tra questi, si nota una particolare concentrazione nei business che richiedono tra i 10.001-20.000 euro (19,2%, in aumento rispetto al 2019) e 50.001-100.000 euro (18,1%). Data la difficile situazione economica caratterizzante l'anno 2020, alcuni franchisor per aiutare i franchisee, hanno applicato sconti sull'investimento iniziale. Per quanto

concerne **la durata del contratto**, ovvero l'elemento temporale sui cui franchisor e franchisee basano il loro rapporto, nel **2020 circa il 73% dei contratti è della durata compresa tra i 3 e i 5 anni**, dato sostanzialmente invariato rispetto al 2019. La fascia tra i 7 e i 10 anni è in crescita rispetto al 2019 e passa dall'8% all'8,5%.

VANTAGGI COMPETITIVI DEL FRANCHISING

In questo scenario economico, il franchising è un modello che a livello internazionale cresce, definendo una più ampia arena competitiva nonché un diversificato portafoglio di prodotti e servizi, che vengono standardizzati e collocati sul mercato secondo questa formula. Dopo aver analizzato gli indicatori principali, è possibile affermare che questa tipologia di sistema di rete è in grado di influire sull'imprenditorialità e, in tal senso, fungere da volano per la promozione dell'occupazione, in particolare di giovani e donne. Nello specifico, può rappresentare un'opportunità per promuovere l'iniziativa ad intraprendere un'attività imprenditoriale, considerato che alla stipula del contratto si cede sì l'utilizzo del brand, ma soprattutto la formula del business che, insieme ad altri fattori, quali la semplicità del modello e la standardizzazione dei processi, è ciò che caratterizza il successo del franchising. Altro elemento importante è la fiducia e la garanzia resa dal brand, dall'assistenza e supporto forniti dal franchisor durante tutta la durata del contratto. La dinamicità che caratterizza questo settore necessita di modelli di business che siano in grado di rispondere alle esigenze dei "nuovi consumatori", i quali sono sempre più attenti alla qualità e vincolati dai prezzi. I dati analizzati mostrano una propensione all'adozione di questa formula, soprattutto in settori come **la GDO, l'abbigliamento, i servizi (maggiormente penalizzata quest'anno la ristorazione)**. In conclusione, il franchising favorisce la conoscibilità del prodotto offerto sui mercati nazionali, ma soprattutto internazionali; per tale motivo, viene considerato un ottimo strumento per accedere a nuovi mercati, potendo essere applicato anche nelle realtà più piccole, facenti parte dell'universo imprenditoriale di piccole e medie dimensioni.