



Dati Assofranchising-Nomisma, settore a +7%. La multi-affiliazione tra i trend principali

Franchising, affare da 31 mld

Crescono le insegne dedicate al mondo casa, servizi e food

DI GIOVANNI GALLI

Continua la crescita della formula franchising in Italia, nonostante un 2022 caratterizzato da alti tassi di interesse e da un lento calo della pressione inflazionistica. Il settore vale 30,9 miliardi di euro in chiusura dello scorso anno, al rialzo del 7,1%, con un numero stabile d'insegne coinvolte (954) ma con un numero di punti vendita che sale fino a quota 61.162 (+2,2% rispetto al 2021) e di addetti occupati che raggiungono la soglia dei 252.848 (+6,2% rispetto al 2021). Secondo il Rapporto Assofranchising Italia 2023-Strutture, tendenze e scenari, curato dal centro studi di Nomisma e presentato ieri a Milano, per il 2023 le proiezioni di business prevedono un incremento del 3%.

«Le previsioni per il futuro sono positive e tra le scelte imprenditoriali future spicca

la soluzione del multi-affiliato, modello che consente migliori performance e una maggiore organizzazione e pianificazione finanziaria. Ad oggi sono quasi sette su dieci i franchisor che hanno multi-affiliati e il numero è destinato a crescere», sottolinea **Alberto Cogliati**, segretario generale di Assofranchising.

Guardando agli equilibri

interni del mercato, la stabilità del numero di insegne operative nel 2022 arriva dopo che lo stesso dato era calato nel 2020 (-103) ma cresciuto l'anno successivo (+78). In secondo luogo, il settore mantiene una forte dinamicità tra la cessazione di alcune insegne, soprattutto nell'ambito dell'abbigliamento per bambini e nel segmento dei bar-gelaterie, e invece la crescita di nuove insegne nell'ambito ristorazione, della casa e dei servizi. Considerando i settori merceologici più performanti al primo po-

sto si trova la gdo (grande distribuzione organizzata) che, con un giro d'affari che supera gli 11 miliardi di euro, incide per il 37% sul fatturato complessivo del franchising. In seconda posizione si attesta il comparto abbigliamento (oltre i 7,5 miliardi di fatturato) e dopo i servizi (4,5 miliardi di fatturato). La ristorazione in franchising supera invece i 3,2 mi-

liardi di fatturato.

Da un punto di vista geografico, le regioni del Nordovest si attestano al primo posto per numero di franchisor (il titolare di prodotti o servizi che li concede all'affiliato, o franchisee, per commercializzarli utilizzando gli stessi segni distintivi, il know-how in comune e la propria assistenza). Seguono le aree del Nordest e del Centro Italia.





In crescita, con 199 reti attive, le zone del Sud e delle isole.

Discorso a parte per la tecnologia che, sempre secondo il Rapporto Assofranchising Italia 2023, sta dando un grande impulso al comparto del franchising e sarà sempre di più un asset strategico di competitività. Tra gli intervistati, un brand su due possiede un canale e-commerce attivo già da prima del 2020, mentre il 18% dichiara di averlo attivato tra il 2020 e il 2022. Cresce la quota di fatturato derivante dall'e-commerce (+8,7% nel 2022) e, dalle dichiarazioni dei franchisor, si prevede un'ulteriore crescita fino al 12,8% per il 2023. Nel prossimo triennio, l'84% delle imprese interessate dal Rapporto è propenso a investire in digital technology per migliorare le performance economico-finanziarie e la gestione della propria rete.

— © Riproduzione riservata — ■



I negozi del settore aumentano a quota 61.162 (+2,2%)

