

I dati nel report Assofranchising. Il totale dei lavoratori del settore supera i livelli del 2019

# Il franchising dimentica il Covid

Crescono sia gli occupati (+5%) che il fatturato (+6,7%)

DI ANTONIO LONGO

**L**a ripresa del mercato nella fase post pandemia, la riapertura di alcuni punti vendita chiusi nel 2020, l'incremento del clima di fiducia dei consumatori unito alla voglia di cimentarsi in un'attività imprenditoriale hanno determinato una crescita di quasi il 5% (+10.608 addetti), rispetto al 2020, degli occupati nel settore del franchising che, complessivamente, ammontano a 238.194. A rilevarlo è il rapporto Assofranchising Italia 2022 "Strutture, tendenze e scenari", curato da Nomisma, secondo cui il franchising è un modello di business destinato a crescere, nonostante le crisi economiche. «I numeri del Rapporto Aif, curato da Nomisma, restituiscono un settore in salute e in crescita nonostante gli strascichi della pandemia» sottolinea Alberto Cogliati, segretario generale di Assofranchising, «il franchising rappresenta la giusta scelta per chi mostra di avere un forte desiderio di imprenditorialità, ma anche un luogo di confronto sicuro, dove poter fare squadra anche nelle congiunture più complesse».

**Le parole chiave del franchising.** È la legge 129/2004 che, tenendo conto di quanto previsto dal regolamento europeo 330/2010, che disciplina in Italia il franchising, o affiliazione commerciale, ossia la formula contrattuale per la distribuzione di beni o servizi tra un imprenditore, affiliante o franchisor, e uno o più imprenditori, affiliati o franchisee, giuridicamente ed economicamente indipendenti l'uno dall'altro. Dal punto di vista prettamente operativo, l'affiliante concede all'af-

filiato l'utilizzazione della propria formula commerciale, comprensiva del diritto di sfruttare il suo know-how, ossia l'insieme delle tecniche e delle conoscenze necessarie, ed i propri marchi e segni distintivi, unitamente ad altre prestazioni e forme di assistenza che permettono al franchisee la gestione della propria attività con la medesima immagine del franchisor. La formula del franchising riesce a far convivere l'organizzazione aziendale delle imprese franchisor e la flessibilità dei franchisee riducendo il rischio d'impresa grazie alla sperimentazione del business concept del franchisor sul mercato e alle economie di scala in quanto i franchisee possono comprare a condizioni migliori e ad un minor costo rispetto ad un business individuale.

**L'identikit del franchisee.** Dal rapporto emerge che nel 2021 i franchisee continuano ad essere in maggioranza figure maschili, ma la quota, rispetto

all'anno precedente, diminuisce di 5 punti percentuali (57% vs 62%). La percentuale di presenza femminile si attesta al 43%, dato in aumento rispetto al 2020 e al 2019. Come rilevano gli analisti, si tratta di una quota molto superiore rispetto al dato nazionale delle attività produttive a conduzione femminile, pari al 22%. I settori dove le donne superano gli uomini sono abbigliamento e beauty (59% vs 41%) e casa (55% vs 45%). Si tratta di una quota che aumenterà nei prossimi 3 anni, per il 60% degli intervistati. Considerando la fascia d'età, i franchisee sono profili che, nella maggior parte dei casi, appartengono al range compreso tra i 36 e i 45 anni (59% tra gli uomini e

61% tra le donne). Quasi assente il profilo dei giovanissimi di età tra i 18 e i 24 anni (uomini 2%, donne 3%). Tra le competenze più richieste viene data principalmente importanza alle soft skills nella gestione delle relazioni interpersonali (prioritarie per il 35% degli intervistati), alle competenze di sales management (23%) e all'esperienza pregressa nello stesso settore (17%).

**I consigli per avviare un'attività in franchising.**

Avviare un'attività in franchising può rappresentare un'ottima opportunità di autoimpiego, soprattutto per i più giovani in cerca della propria affermazione a livello professionale. Ma è importante scegliere con attenzione la possibile rete a cui affidarsi. In tal senso, gli esperti di Assofranchising hanno individuato cinque consigli da tenere in debita considerazione. Innanzitutto, è necessario partire dall'analisi del mercato di riferimento in quanto non ci si può solo basare sul fatto che un merca-

to sia in crescita o fidarsi dell'azienda che dimostri, dati alla mano, quanto è cresciuta in un anno ma bisogna verificare, soprattutto, quali competitor ci sono, quante attività dello stesso segmento ci sono nel bacino d'utenza prescelto, come si compone quel bacino d'utenza per quel tipo di mercato. Inoltre, conoscere bene un franchisor non significa soltanto chiedere informazioni ma bisogna capire se gli affiliati della rete sono in crescita, se sono soddisfatti e quali sono le criticità del franchisor. Insomma, è bene scoprire com'è organizzata l'azienda, se c'è un supporto reale al network. E ancora, approfondire i riferimenti



normativi per l'apertura di un'attività commerciale ma anche fare rivedere il contratto di franchising ad uno studio legale esperto di franchising o comunque di accordi commerciali. Altrettanto importante è la scelta della location dell'attività da avviare, non è detto, infatti, che la via dello shopping o il centro commerciale vada sempre e comunque bene. Ad esempio, si deve capire se economicamente un affitto è sostenibile oppure no, oppure se il format in franchising deve posizionarsi in una via ad alta pedonabilità o se, invece, se ne può fare a meno magari a beneficio di un ampio parcheggio nelle vicinanze. Infine, ultimo ma non meno importante consiglio è quello di impegnarsi in un'attività che piaccia davvero ed appassioni, infatti i precedenti consigli, uniti ad una dotazione finanziaria adeguata, saranno ancora più validi se ci si dedicherà al business che più aggrada. Con riferimento all'entità dell'investimento iniziale, che il franchisee deve sostenere per iniziare ad intraprendere l'attività in rete, la lettura dei

dati mostra una quasi equità nelle percentuali di refi attive, il cui investimento iniziale è inferiore ai 100.000 euro, in linea con quanto osservato nel 2020. Tra questi, si nota una particolare concentrazione nei business che richiedono tra i 10 e 20 mila euro e tra i 30 e i 50 mila euro. Nel 2021, a differenza di quanto accaduto nel 2020 a causa della situazione pandemica, si è ridotta la quota di franchisor che hanno applicato sconti sulle investiture iniziali.

**I numeri della crescita.** Dalla lettura del report si evince che il giro d'affari dei punti vendita in franchising si attesta a 28.867 milioni di euro di fatturato con una crescita, rispetto al 2020, del +6,7%. Dopo la contrazione avvenuta nel 2020 a causa della pandemia (-103), tornano a crescere di 78 unità le insegne operative in Italia tra 2021 (955) e 2020 (877). Uno scenario positivo che trova conferma anche nell'incremento dei punti

vendita in franchising in Italia che nel 2021 si attestano a 59.849 (+4,7% rispetto al 2020). La media di personale occupato nei diversi punti vendita rimane, però, stabile, attestandosi a 4 addetti, a dimostrazione delle forze di compensazione che agiscono nel settore. Infatti, se da un lato l'apertura di nuovi punti vendita ha portato una crescita di occupati del settore, dall'altro realtà già attive hanno portato avanti un'ottimizzazione dell'organico nel punto vendita. Tra i settori più performanti, e in crescita di due punti percentuali rispetto al 2020, vi è la Gdo. Tale comparto incide per il 36% del fatturato complessivo del franchising con un giro d'affari che sfiora i 10,452 milioni di euro, seguito dall'abbigliamento (7,348 mln di euro) e dai servizi (3,944 mln di euro).

Positive anche le previsioni di fatturato per il 2022 dei punti vendita in franchising, per i quali Nomisma rileva una crescita media del +3,6%, trainata dai settori merceologici del beauty (crescita prevista +7,5%) e della casa (+7,3%). «In questo scenario economico, il franchising è un modello che a livello internazionale e nazionale continua a crescere, definendo una più ampia arena competitiva nonché un articolato portafoglio "standardizzato" di prodotti e servizi» evidenzia Luca Dondi, amministratore delegato di Nomisma, «il successo di questo business, anche in considerazione degli elementi di tensione attuali, dipenderà sempre più da un'attenta definizione dell'attrattività dei territori e da un'accurata analisi dei fabbisogni dei consumatori e delle esperienze ricercate, anche mediante l'utilizzo della tecnologia».

**Le caratteristiche della rete.** In Italia, come anticipato, le reti attive nel franchising sono 955. È il Nord - Ovest che si attesta al primo posto per numero di franchisor (353), seguito dal Nord - Est (190), dal Centro (189), dal Sud e Isole (193) e dall'estero (30). I settori più rap-

presentati sono quelli dei servizi (259 reti), abbigliamento (191) e ristorazione (160). I punti vendita in franchising nel 2021 sono 59.849, con il primato della Lombardia (9.781 pari al 16% del totale), seguita dal Lazio (6.562 pari all'11% del totale) e dalla Sicilia (5.325 pari al 9% del totale). Il settore merceologico più rappresentato è quello dei servizi (16.082 punti vendita), seguito dall'abbigliamento (15.090 punti vendita) e dalla GDO (7.976 punti vendita).

— © Riproduzione riservata —





► 29 agosto 2022

	2019	2020	2021
Giro d'affari (mil. €)	26.153	27.058	28.867
Insegne operative in Italia	980	877	955
Punti di vendita in Franchising in Italia (PVF)	56.441	57.170	59.849
Addetti occupati nelle reti (PVF), compreso il franchisee	217.150	227.586	238.194
Media occupati per punto di vendita in franchising	3,8	4,0	4,0
Variazioni in valore assoluto		2020/2019	2021/2020
Giro d'affari (mil. €)		+905	+1.809
Insegne operative in Italia		-103	+78
Punti di vendita in Franchising in Italia (PVF)		+729	+2.679
Addetti occupati nelle reti (PVF), compreso il franchisee		+10.436	+10.608
<b>I numeri del franchising in Italia riportati nell'indagine realizzata da Assofranchising</b>			

