



## L'analisi

# Franchising, la risposta flessibile alla voglia di imprenditorialità

LUIGI DELL'OLIO

La pandemia ha fatto crescere il settore anche grazie ai bassi tassi. Molte le tendenze innovative dalla ristorazione al fitness-benessere. Non cambia la durata

di contratti di affiliazione

**L**a voglia di mettersi in proprio che ha registrato una forte accelerazione in seguito alla pandemia sia tra coloro che hanno perso il posto da dipendenti, sia tra quanti hanno avviato una riflessione sulla propria vita e gli obiettivi futuri, arrivando alla conclusione di voler cambiare rotta nel proprio percorso professionale. I mutamenti intervenuti dal lato della domanda, con nuovi bisogni di consumo e una maggiore disponibilità a utilizzare gli strumenti digitali in fase di acquisto. Infine il permanere di tassi d'interesse eccezionalmente bassi sui prestiti nonostante la robusta ripresa dell'economia. Sono le principali ragioni che spiegano il buon andamento del franchising nel corso dell'anno che si è appena concluso.

Secondo le ultime stime dell'International Franchise Association (che conta più di 30 mila soci statunitensi e internazionali), il 2021 dovrebbe aver fatto segnare un progresso delle insegne nell'ordine di 26 mila unità e anche la federazione europea di settore segnala un grande dinamismo del settore. Perché, se è vero che l'orizzonte è ricco di incognite tra permanere dell'inflazione, incertezza sull'andamento della pandemia e crescenti tensioni commerciali tra le

superpotenze, va anche detto che non mancano gli spazi per dar vita a nuove attività.

### LE TENDENZE INNOVATIVE

La crescente attenzione al salutasmo e l'attrazione per i sapori esotici stanno portando a un fiorire di nuove attività nel campo della ristorazione, mentre sul fronte del fitness il focus sul benessere si accompagna con la preferenza verso nuove formule di allenamento che evitano gli assembramenti. Questo solo per citare due tendenze emergenti dal lato della domanda, mentre sul fronte dell'offerta mai come oggi è stata forte la voglia di mettersi in proprio come forma per riappropriarsi della vita alla luce della dura esperienza fatta. L'US Census Bureau, il 2021 ha visto l'avvio di circa il 50% in più di nuove imprese negli Stati Uniti rispetto alla media storica e anche in Italia, sebbene manchino rilevazioni simili, si registra una corsa a mettersi in proprio. In questo senso il franchising viene spesso visto come un'opportunità in quanto da una parte consente di dar vita a una propria attività economica, dall'altra di contare sul supporto di una rete già strutturata.

### IL CONTRATTO DI AFFILIAZIONE

Attraverso il contratto di affiliazione, il franchisor concede al fran-





chisee la possibilità di sfruttare, a determinate condizioni e dietro pagamento di una somma stabilita, nome e brevetti, oltre a supportarlo nella creazione del punto vendita, nelle attività di comunicazione e di marketing e nella consulenza su tutti gli aspetti di business. Un modo, insomma, per mettersi in proprio ma limitando il rischio grazie all'ombrello protettivo del franchisor. Il principale vantaggio di questa formula è dunque dato dalla possibilità di avviare un'attività d'impresa all'interno di un sistema più o meno affermato, con tutta la formazione e l'assistenza di un'azienda che ha sperimentato adeguatamente la

formula e il format commerciale, sfruttando la notorietà di marca e il know-how che verrà trasmesso dal franchisor. Mentre i limiti principali sono dati dal fatto che l'autonomia del singolo imprenditore è limitata dalle scelte della rete e dalle royalty da corrispondere, che nella maggior parte dei casi sono proporzionali ai guadagni.

#### LA SITUAZIONE ITALIANA

Lo scenario è molto dinamico anche in Italia, tra nuove iniziative e reti storiche che crescono. Quanto sta avvenendo nel mercato sarà più evidente tra qualche mese, quando l'associazione di settore Assofranchising presenterà il consultivo del 2021, che verosimilmente sarà caratterizzato da una forte crescita. Attualmente i numeri si fermano al 2020, che inevitabilmente è stato condizionato dallo scoppio della pandemia, con una contrazione delle reti attive nell'ordine del 10,5% rispetto all'anno precedente, per un totale di 877. Il sistema italiano è dominato dalle reti nate in Italia (l'89% del totale), con un 8% di franchisor stranieri e il restante 3% di reti con sede legale oltreconfine e un solo franchisee nella Penisola. Quello che più colpisce, in merito al bilancio del primo anno pandemico, è

che nonostante tutto il giro d'affari è cresciuto, mettendo a segno un +3,5% per un totale di 27,06 miliardi di euro. Bene anche l'occupazione, cresciuta del 4,8%, e l'incidenza delle imprenditrici arrivate al 38,1% del totale, un dato sensibilmente superiore alla media complessiva che si ferma al 21,9%.

La ricerca di Assofranchising approfondisce anche i costi necessari per l'avvio dell'attività, segnalando che nella maggior parte dei casi sono inferiori ai 100 mila euro. In particolare, nel 19% dei casi si collocano tra i 10 mila e i 20 mila euro e nel 18% tra 50 mila e 100 mila. Data la difficile situazione economica caratterizzante l'anno 2020, alcuni franchisor per aiutare i franchisee hanno applicato sconti sulle investizioni iniziali.

Inoltre, 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 risultato compreso tra i tre e i cinque anni, dato sostanzialmente invariato rispetto al 2019. La fascia tra i sette e i dieci anni è in crescita rispetto al 2019, passando dall'8 all'8,5%.

Questo per il passato, ma come detto molto sta cambiando all'interno del mercato e le statistiche ufficiali lo rileveranno più in là. Intanto l'associazione di settore offre un'analisi qualitativa dei mutamenti in atto, segnalando che "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". Un mercato, dunque, in continua evoluzione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Focus



**IL SISTEMA ITALIANO**

Il nostro Paese è dominato dalle reti nate in Italia (l'89% del totale), con un 8% di franchisor stranieri e il restante 3% di reti con sede legale oltreoconfine e un solo franchisee nella Penisola. Nonostante l'anno nero del Covid, il giro d'affari è cresciuto, mettendo a segno un +3,5% per un totale di 27,06 miliardi di euro. Bene anche l'occupazione, cresciuta del 4,8%, e l'incidenza delle imprenditrici arrivate al 38,1%, un dato sensibilmente superiore alla media complessiva che si ferma al 21,9%. I costi necessari per l'avvio dell'attività sono in media inferiori ai 100 mila euro.

**89**

**PER CENTO**

L'89% dei franchisor fa capo a catene nazionali, l'8% sono straniere

**4,8**

**PER CENTO**

L'occupazione è cresciuta del 4,8%; le imprenditrici sono al 38,1%

**73**

**PER CENTO**

Nel 2020 circa il 73% dei contratti è risultato compreso tra i tre e i cinque anni, dato sostanzialmente invariato rispetto al 2019. La fascia tra i sette e i dieci anni è in leggera crescita rispetto al 2019, passando dall'8 all'8,5%.





► 10 gennaio 2022



1 L'abbigliamento si conferma uno dei settori di punta del franchising: bene anche food e servizi

