



in Italia creiamo nuovi imprenditori- Corriere.it



RISPARMI, MERCATI, IMPRESE

• [ABBONATI](#) [Abbonati a 1€ AL MESE](#) [ABBONATI ORA](#) [Login](#) [Profilo](#) [Newsletter](#)
[Abbonamento](#) [Logout](#)

Assofranchising ha un nuovo presidente per il prossimo triennio: si tratta di Dario Baroni, amministratore delegato di McDonald's Italia. Il marchio storico della rappresentanza del franchising italiano, aderente a Confcommercio, affida la presidenza al top manager di un colosso multinazionale che ha già in mente qualche cambiamento. «Proveremo a trasformare Assofranchising — afferma Baroni — in una realtà di servizio e consulenza non soltanto di rappresentanza. Rispetto ad altri mercati più maturi, come Francia e Inghilterra, il franchising in Italia sta dimostrando di avere ancora un grande potenziale inespresso. I prossimi anni lavoreremo per consolidare questa crescita con l'obiettivo di creare un modello di franchising italiano che faccia davvero scuola in Europa per la sua capacità di innovare il sistema e generare valore per i territori in cui operiamo».

Nell'ultimo rapporto di Nomisma per Assofranchising emergono buoni dati in merito al settore anche durante il periodo pandemico. «Sì, il franchising — spiega il neo presidente di Assofranchising — ha dimostrato nel periodo pandemico grande resilienza. Il fatturato 2021 si attesta a 28.867 milioni di € con una crescita del +6,7%. Si tratta di una situazione positiva che trova riscontro anche nell'incremento dei punti vendita che nel 2021 arrivano a 59.849 (+4,7% rispetto al 2020) e la crescita di quasi il 5% del numero di addetti (+10.608). In Italia le reti attive nel franchising sono 955, con 59.849 punti vendita concentrati principalmente al Nord (il Nord Ovest la fa da padrone con quasi un terzo dei pdv 16.422). Nella top 3 dei settori più rappresentati c'è quello dei servizi (259 reti), seguito da abbigliamento (191) e ristorazione (160)».

Il futuro che cambia

Il Covid ha certamente generato profondi cambiamenti nel contesto sociale e lavorativo italiano. Non siamo ai livelli del fenomeno «great resignation» Usa anche perché il nostro mercato lavorativo è caratterizzato da minore fluidità di quella statunitense, ma il fenomeno delle dimissioni sta scuotendo anche il sistema occupazionale italiano. Il



franchising può rappresentare una risposta alla voglia di indipendenza e autoimprenditorialità delle nuove generazioni? «Stiamo assistendo a un mutamento profondo e veloce del mercato del lavoro, che riguarda non solo le generazioni più giovani — specifica Baroni — Credo che il franchising, rispetto ad altri settori, abbia maggiori possibilità di offrire risposte per intercettare queste istanze. Essere imprenditori nel franchising oggi è una scelta premiante, meno rischiosa e più accessibile per un numero sempre più rilevante di persone. Questo è senza dubbio un valore su cui mi piacerebbe porre l'accento nel mio mandato per posizionarci come facilitatori di questo processo di transizione del mercato del lavoro che sta riguardando anche il nostro Paese. Inoltre, si tratta di un settore con grandi opportunità di sviluppo del talento femminile. Già oggi la percentuale di donne franchisee, 43%, risulta di molto superiore rispetto al dato nazionale delle attività produttive a conduzione femminile, che si attesta al 22%. L'aumento del numero di donne franchisee sarà un punto importante della nostra agenda del prossimo anno».

