

Dal 31 maggio al 2 giugno: International Franchise Expo 2018 di New York

IL FRANCHISING MADE IN ITALY VOLA NEGLI STATI UNITI

Intervista a Alessio Gambino, CEO di IBS North America, società di consulenza italoamericana organizzatrice esclusiva del Padiglione Italia

Grande attesa per l'International Franchise Expo 2018 di New York che si terrà dal 31 maggio al 2 giugno nella splendida cornice dello Javits Center. Per il secondo anno consecutivo i franchisor ed i concept italiani saranno ospitati all'interno del Padiglione Italia organizzato in esclusiva da IBS North America in collaborazione con ICE Agenzia, Confimprese, Assofranchising e Federfranchising. Exportiamo e AZ Franchising saranno media partner ufficiali dell'evento e seguiranno la 3 giorni di fiera con interviste, reportage e dirette streaming. **L'International Franchise Expo, con oltre 20.000 visitatori e 450 espositori, è la fiera di riferimento per l'industria del franchising in Nord America, traccia un quadro chiaro di come si sta evolvendo il franchising negli Stati Uniti e soprattutto i rapporti che intercorrono con i franchisor italiani.**

Che momento vive l'industria del franchising negli Stati Uniti?

"Il franchising è un tipo di investimento che negli Stati Uniti è molto utilizzato, soprattutto grazie alle grandi risorse economiche e finanziarie che gli investitori nazionali ed internazionali mettono a disposizione per penetrare questo importante mercato. Attualmente negli Stati Uniti si respira un clima molto positivo per ciò che riguarda l'industria del franchising, soprattutto a causa della semplificazione delle normative da parte della IFA e della riforma fiscale voluta da Trump per attrarre investimenti negli States. Sia i dati del 2017 che le previsioni per il prossimo anno sono molto positive, tanto che l'apertura di nuovi punti

vendita in franchising negli Stati Uniti è prevista in aumento del +1,9% quando le unità operative dovrebbero raggiungere quota 759.000 unità (+13.946 rispetto al 2017). Ciò permetterà un aumento di assunzioni pari al +3.7% con il totale dei dipendenti impegnati in un'attività franchising che sfonderà quota 8 milioni, mentre i ricavi totali supereranno i 757 miliardi di dollari (+6,2% rispetto al 2018). Basti pensare che **il franchising contribuirà per il 3% alla formazione del PIL statunitense.** Dunque il 2018 si appresta ad essere un anno molto favorevole per gli investimenti nel settore grazie a normative sempre più elastiche ed al clima positivo che si respira nel mondo del business a stelle e strisce".

Quali sono le opportunità che offre questo mercato ai franchisor italiani?

"Gli investitori statunitensi (e non solo) sono sem-



Alessio Gambino, CEO di IBS North America

pre più attratti dai format nostrani innanzitutto per la qualità dei prodotti, la creatività e l'alta reputazione di cui il Made in Italy gode a livello globale. Tra i segmenti trainanti c'è sicuramente il Food che attualmente detiene ben il 37% del totale delle attività operative in franchising: visto il forte appeal dei prodotti agroalimentari tricolore negli Stati Uniti questo può essere un settore su cui i franchisor italiani possono e devono puntare con decisione. Inoltre come dimostrano i trend degli ultimi anni altre importanti opportunità sono presenti anche in segmenti come il fashion, il design e in generale il mondo dei servizi (soprattutto quelli dedicati alla persona). **Ma attenzione, il mercato americano ha le sue peculiarità, va studiato con attenzione e soltanto un approccio mirato di tipo strategico può permettere dei risultati positivi in un'ottica di lungo periodo.** Infatti la normativa sul franchising è molto più strutturata rispetto alla nostra, per questo motivo è necessario entrare in confidenza con aspetti tecnici fondamentali quali il Franchise Disclosure Documents ed il Franchise Agreement. In definitiva agli occhi di un investitore americano è importante presentarsi preparati, decisi e soprattutto con idee chiare (oltre che con gli economics giusti)".

Il franchising Made in Italy si presenta per il secondo anno consecutivo al mercato a stelle e strisce: quali sono le sensazioni?

“Le sensazioni sono molto positive: lo scorso anno abbiamo scommesso insieme ad ICE Agenzia su questo settore, praticamente una novità assoluta tra le tante iniziative che riguardano il Belpaese negli States. E i numeri ci hanno dato ragione grazie ad un feedback estremamente positivo da parte degli espositori dello scorso anno e un crescente interesse intorno alla manifestazione ed al mercato. Per l'edizione del 2018 prevediamo un maggior impegno per ciò che concerne l'organizzazione di incontri B2B e i momenti di formazione, a mio avviso aspetti fondamentali per spingere nel modo giusto i franchisor nostrani in uno dei mercati più ambiti e importanti del mondo. Infatti il mondo del Retail americano non è certamente “morto”, ma si sta evolvendo in maniera molto veloce verso logiche multicanali: secondo Statista le vendite in negozi fisici negli Stati Uniti raggiungeranno entro il 2020 circa 5,48 trilioni di dollari grazie ad una crescita del 9,8% nel prossimo anno. Un momento da cogliere assolutamente per i franchisor italiani”.

AZ © RIPRODUZIONE VIETATO

