



Si è tenuta a ottobre la 32° edizione del Salone Franchising Milano. Come da tradizione, la fiera organizzata da RDS Expo, società formata da RDS & Company e Fandango Club, è stata l'occasione per fare il punto sui trend del comparto: un fatturato annuo cresciuto a 24 miliardi di euro e lo sviluppo in primis di food e fashion

Osservando a vari livelli il settore del franchising in Italia, emergono numeri e dinamiche che si prestano a molteplici interpretazioni. I 24 miliardi di euro di fatturato annuo, con una crescita stimata dello 0,6% a tutto il 2017, certificano un settore in salute – ancorché lontano sia in percentuale sia in valori assoluti dalle performance di altri Paesi dove questa formula è più praticata – alimentato dall'apertura di oltre 500 punti vendita e centri servizi. Mentre la somma dei negozi in affiliazione si attesta a quota 51mila, per un tota-

le di 950 catene franchisor attive. Gli occupati nel comparto hanno raggiunto le 200mila unità e tra i nuovi

imprenditori si trovano persone con un passato nel commercio, nel management e nel settore impiegatizio. Le merceologie più affermate e richieste sono food, abbigliamento, benessere, articoli per la persona e per la casa. Questi i key numbers con cui il mercato italiano dell'affiliazione si è presentato alla 32° edizione del Salone Franchising Milano (Fieramilanocity, 12-14 ottobre 2017), esplorati ulteriormente durante l'evento di apertura intitolato "Franchi-

sing: analisi di un settore in via di crescita". Al convegno inaugurale hanno preso parte tutti gli attori protagonisti: **Fandango Club, Fiera Milano, Regione Lombardia, Assofranchising** che ha marca-



to il proprio ritorno in SFM dopo la doppia esperienza – conclusa – di Franchising Retail Expo a Bologna, **Confimprese** (main partner), **Federfranchising** (vedi “Parola di” alle pagg. 26 e 27), **Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali** e ovviamente **Salone Franchising Milano** con il presidente **Antonio Fossati**, che nel proprio

intervento ha sottolineato come il settore sia cresciuto dello 0,8% nell’ultimo semestre, grazie anche a un contesto economico più dinamico. I dati più strettamente legati alla kermesse sono i 15mila visitatori che si sono alternati durante la tre giorni e le circa 200 catene franchisor espositrici, che hanno portato a un aumento del 15% degli espositori e del 18% della superficie espositiva. Fossati ha sottolineato inoltre la polarizzazione come ulteriore caratteristica del Salone: “evento che da un lato annovera brand forti e dall’altro funge da incubatore che antici-