



Tutta la resilienza della rete in franchising

Il comparto è quello che sta reggendo meglio. Perché, come sottolinea il nuovo segretario generale di Assofranchising Alberto Cogliati, «è come vivere in una grande famiglia»

di Marina Marinetti

ALTRO CHE CRISI. NELL'ULTIMO DECENNIO IL FRANCHISING IN ITALIA, È CRESCIUTO, IN MEDIA, DEL 2% OGNI ANNO, CREANDO CIRCA 37.000 NUOVI POSTI DI LAVORO. Ad oggi l'intero sistema occupa più di 217.000 addetti, che contribuiscono a generare oltre 26 miliardi di fatturato, circa l'1,3% del Pil italiano.

Non solo: secondo l'ultimo Rapporto Assofranchising Italia 2020 - Strutture, Tendenze e Scenari, l'imprenditoria femminile rappresenta circa il 35% del sistema franchising, una percentuale che risulta decisamente superiore rispetto al dato nazionale delle attività produttive a conduzione femminile attestata al 22%. Se le più penalizzate durante i momenti di crisi restano sempre le donne (come rivelano anche gli ultimi dati Istat secondo cui lo scorso dicembre ben il 98% è rimasto senza lavoro), va anche detto che, durante la pandemia, il franchising è stato il settore del commercio più resiliente in assoluto. «Il sistema franchising in tempi

di crisi regge perché si basa sulla condivisione. Che significa anche supportare gli affiliati con una serie di iniziative pratiche e concrete che durante il primo lockdown hanno consentito di fare fronte all'eccezionalità dell'evento», conferma a Economy Alberto Cogliati, da gennaio nuovo segretario generale di Assofranchising (ma nel consiglio direttivo già dal 2016), punto d'approdo di una carriera di oltre 30 anni in aziende nazionali, internazionali e quotate in Borsa. Il nuovo segretario generale proviene dal settore immobiliare, dove ha ricoperto negli ultimi sei anni il ruolo di direttore commerciale per Engel & Völkers Italia. In precedenza, si è occupato dell'avvio, dello sviluppo e della gestione di società di franchising immobiliare tra le quali Pirelli RE Franchising e Tree Real Estate. «Nella mia vita professionale ho sempre lavorato in team e in sistemi di rete al cui interno esistono dinamiche di massa critica, economia di scala e una filosofia di condivisione», dice.

Lei ama dire che abbracciare il franchising è come vivere in una grande famiglia.

Sì, e per farlo occorrono entusiasmo e confronto, oltre al senso di appartenenza e riconoscibilità. Il franchising non comporta solo uno scambio tra "fornitore e cliente" ma instaura un perfetto equilibrio tra le due componenti del sistema, azienda e imprenditore. Queste caratteristiche ne confermano l'esempio virtuoso, soprattutto in tempi incerti quali sono quelli che ci troviamo a vivere. L'affiliato deve essere un attore protagonista con l'obiettivo di non smettere mai di crescere - pena la perdita di competitività - e i suoi successi rappresentano il successo di tutta l'azienda.

Nel suo nuovo ruolo di segretario generale di Assofranchising si pone come obiettivo il compito di ampliare e consolidare il network di associati e di definire le linee strategiche dell'associazione in un anno che appare decisamente sfidante. Specie ora, in tempi di Covid. Il franchising si è dimostrato particolarmente. Come sono stati supportati gli affiliati in questo periodo?

Fornendo le linee guida per poter usufruire degli ammortizzatori sociali previsti dai diversi Dpcm, creando piattaforme digitali per sopperire alle chiusure degli spazi fisici e proseguire nell'attività di business. Peraltro, queste iniziative hanno riguardato

“

FARE RETE

PERMETTE DI

CONFRONTARSI

PER SEMPLIFICARE

LE PROBLEMATICHE

CHE SI PRESENTANO

tutti i settori dove si opera in franchising. Aggiungo anche il fattore umano...

In che senso?

I franchisor hanno intensificato la cura delle relazioni dei rapporti umani dando supporto informativo, investendo in pubblicità (altro elemento importantissimo) e incentivando gli affiliati attraverso riunioni di formazione, ovviamente in modalità digitale.

Tra mettersi in proprio e affidarsi, conviene affidarsi, insomma.

Assolutamente sì. In momenti di crisi essere da soli significa assumersi molti rischi. Fare rete, al contrario, permette di confrontarsi in modo più sistematico consentendo di semplificare le nuove problematiche che si presentano. Ma questo vale anche in momenti di normalità, perché l'affiliazione supporta sia a livello

L'AFFILIAZIONE COMMERCIALE È UNA VERA FORMA DI IMPRENDITORIALITÀ SEMPRE PIÙ APPREZZATA

B2B – quindi tra franchisor e franchisee – sia B2C, ovvero tra franchisee e cliente. Quest'ultimo è il caso delle piattaforme create ad hoc per permettere di proseguire con la propria attività durante i vari lockdown.

Quali settori tirano di più e quali traineranno in futuro?

Ad esclusione dei settori oggetto di chiusura da parte dei Dpcm del Governo, le aziende trainanti sono quelle che sono riuscite a reinventarsi durante il 2020. Quelle che sono riuscite ad abbracciare i cambiamenti imposti dalla pandemia, utilizzando la tecnologia per stare vicino ai propri affiliati rafforzandone il rapporto. Questo è un discorso che vale per tutti i settori: certamente alcuni hanno sofferto più di altri però in generale la capacità di "cambiare pelle" ha premiato e premierà anche in futuro.

In Italia il franchising ha una storia antica, ma non è sviluppato quando lo è all'estero. Come mai? Questo presuppone che ci sarà un forte crescita nel

futuro?

In Italia il franchising sconta una retaggio culturale sbagliato che non ha ancora saputo cogliere del tutto le effettive potenzialità: noi come Associazione – e quest'anno compiamo 50 anni quindi siamo nati quando il franchising ha iniziato a svilupparsi in Italia - puntiamo proprio a sollecitare questo cambio culturale che permetta di guardare all'affiliazione commerciale come a una vera forma di imprenditorialità, peraltro molto apprezzata dalle donne, sempre in posizione debole quando si parla di lavoro come ci ricordano anche i recenti dati Istat di dicembre. Rappresenta una soluzione per stare sul mercato in modo competitivo, confrontandosi all'interno di un team e riuscendo a fare margini.

Soprattutto in tempi di crisi diventa

un'ulteriore opportunità.

Validissima per quelle persone che vogliono ricominciare partendo da sé stesse. Che, arrivate a un punto stagnante della loro vita professionale, decidono di rischiare in proprio affidandosi a una rete che li aiuta e sostiene. Il futuro del lavoro è strettamente connesso al franchising e alle sue potenzialità di fare impresa facendo rete. È la soluzione giusta per affrontare una nuova sfida lavorativa e imprenditoriale. E Assofranchising è impegnata in questo 2021 nel promuovere questa cultura (che nel mercato Usa invece è ben presente): è l'unica associazione italiana a rappresentare il franchising del nostro Paese nel mondo, partecipando alla European Franchise Federation, di cui è socio fondatore, e al World Franchise Council, con incontri, scambi di idee e informazioni con gli altri Paesi.

5 Consigli per diventare un imprenditore del franchising



#franchisingdiqualità
www.assofranchising.it