



SPECIALE

Le imprenditrici al centro della rete

Secondo l'ultimo Rapporto Assofranchising Italia 2020 – Strutture, Tendenze e Scenari le donne che scelgono di fare impresa con il franchising rappresentano circa il 35 per cento del settore. Una percentuale ben superiore al dato nazionale delle attività produttive a conduzione femminile, attestata al 22 per cento. Ma come si spiega questo dato? Ecco le risposte di alcune franchisee.

C'è chi lo sceglie come forma di autoimpiego, magari dopo un licenziamento o come alternativa a una professione che non soddisfa più. Chi per mettersi in proprio, ma in sicurezza, forte di un brand già noto e del know how della casa madre. E c'è chi apre una attività in franchising quasi per caso e poi scopre una vocazione imprenditoriale che non immaginava di avere. E di negozi arriva ad aprirne ben più di uno. **Quelle citate sopra sono solo le casistiche più frequenti per raccontare a colori un fenomeno, le donne che fanno impresa con l'affiliazione commerciale, che l'ultimo Rapporto Assofranchising**

Italia 2020 – Strutture, Tendenze e Scenari ha fotografato in numeri.

Secondo il documento, infatti, le imprenditrici rappresentano circa il 35 per cento del sistema franchising, una percentuale che risulta decisamente superiore rispetto al dato nazionale delle attività produttive a conduzione femminile attestata al 22 per cento.

Risk sharing e cooperazione

Se leggiamo questi dati in maniera complementare ai dati Istat – Eurostat, da cui emerge che in Italia solo il 59 per cento per cento delle

donne con un figlio è occupato rispetto al 75 per cento delle donne con un figlio in Europa, si capisce che tra i numeri elevati delle imprenditrici in franchising e quelli della disoccupazione femminile una correlazione si può stabilire: la formula del franchising può innanzitutto rappresentare una formula di autoimpiego.

Perché? Si fonda sul risk-sharing e sulla cooperazione, anche attraverso procedure agevolate di accesso al credito, altro tasto dolente per le aspiranti imprenditrici. Solo il 20 per cento di queste ricorre al credito bancario per avviare un'attività. Sempre secondo Unioncamere infatti, oltre



Il testo pubblicato in queste pagine è ripreso dall'introduzione alla sezione Tendenze della Guida Franchising 2020 realizzata da Mail Boxes Etc. in collaborazione con Assofranchising. Scarica la guida gratis sul sito: www.mbe-franchising.it

al credit crunch - nel caso delle imprese femminili è maggiore la percentuale in cui il credito erogato non è stato adeguato oppure la richiesta non è stata accolta (8% rispetto ai 4 punti percentuali della controparte maschile) - le donne temono un rifiuto (8% versus 4%).

Una formula win-win

"(...) Il sistema franchising è di grande supporto perché mette a disposizione dei propri affiliati il know how necessario per gestire situazioni nuove come quelle imposte dai tempi che stiamo vivendo, agevolando

le franchisee che si trovano ad avere a che fare per la prima volta con tecnologie, e dinamiche, sconosciute - afferma Alberto Cogliati, Segretario Generale Assofranchising -. Ecco perché, nonostante la congiuntura tutt'altro che favorevole, il franchising rimane un punto di riferimento per chi voglia oggi intraprendere una nuova sfida e scelga di mettersi in proprio. Il dato sull'imprenditoria femminile ci soddisfa particolarmente perché le donne hanno dimostrato pragmatismo, organizzazione e maggior efficacia per questo motivo nell'imprenditoria in franchising devono trovare sempre più spazio".

"Il franchising si fonda sul risk-sharing e sulla cooperazione, anche attraverso procedure agevolate di accesso al credito, spesso un tasto dolente per le aspiranti imprenditrici"

Le persone dietro ai numeri

C'è poi chi ha scelto il franchising e un settore prevalentemente maschile anche se soddisfatta della precedente occupazione. "Amo le sfide e volevo mettermi in gioco, nonostante avessi una vita professionale sicura e di cui ero soddisfatta. E alla luce dei risultati che ho raggiunto direi che ho fatto la scelta giusta". A parlare è **Diletta Ferretti**, poco più che quarantenne. **Nel 2009 è entrata a far parte del network in franchising Color Glo, rete di origine americana specializzata in riparazione e restauro di pelle, similpelle, plastica, alcantara, che conta circa 40 affiliati in Italia.** "Avevo un negozio di abbigliamento, ho conosciuto il brand come cliente e sono rimasta impressionata da quello che sono riusciti a fare prima con gli interni dell'auto di un mio amico, poi con la mia", racconta Diletta. "Di questo settore mi ha attratto l'aspetto innovativo, ma anche la possibilità di coniugare la mia predisposizione alla manualità e le competenze acquisite con gli studi artistici. Il fatto di essere una donna in un mondo tendenzialmente maschile alla fine si è rivelato un elemento efficace per rafforzare l'aspetto



Diletta Ferretti,
affiliata Color Glo.

delle pubbliche relazioni. E poi una attività artigianale innovativa come questa richiede abilità più femminili di quanto si immagini, per esempio la precisione e il senso estetico".

"Una attività artigianale innovativa richiede abilità più femminili di quanto si immagini, per esempio la precisione e il senso estetico"



Stefania Montu',
multi franchisee.

Stefania Montu', di Mantova, è affiliata di negozi Intimissimi, Calzedonia, Tezenis, Stefanel, Marella, Vendome Luxury Bag. "Il franchising è una formula di successo nella misura in cui ognuno fa la sua parte - precisa Montu' -. **Il franchisee deve seguire scrupolosamente le indicazioni del franchisor e solo così può assicurarsi di esprimere al massimo il potenziale del format.** Avere una casa madre importante e strutturata alle spalle permette anche di far fronte a periodi come quello della pandemia. Nel mio settore, l'abbigliamento, il conto vendita consente di non avere costi di magazzino, le agevolazioni nei pagamenti, il supporto nella gestione dei dipendenti, le operazioni di marketing come le capsule mi hanno permesso di chiudere durante il lockdown e di riaprire vendendo da subito, cosa che un imprenditore indipendente difficilmente può fare da solo". Le fanno eco **Carlotta Tagnin**, ex olimpionica di nuoto, 51

anni e 5 figlie, e **Roberta Mariani**, 33 anni, personal trainer, affiliate a Mrs. Sporty, palestre rivolte a un target esclusivamente femminile. **Carlotta ha voluto "mettersi in gioco in sicurezza" non avendo pregresse esperienze lavorative, e adesso gestisce a Bassano del Grappa un suo centro insieme alle due figlie Elisa e Valentina** (quest'ultima ha lasciato il lavoro presso uno studio tributario per occuparsi solo del centro). **Roberta, nello spazio di Milano, è passata da tirocinante a titolare.** Grazie alla sua passione per lo sport unita alla voglia di avere qualcosa di proprio, ha sfruttato il know - how messo a disposizione dal network (e che è stato di fondamentale aiuto in questi mesi di lockdown) per lanciarsi nella sua avventura imprenditoriale.

Una rete con le quote rosa

Tra gli oltre mille franchisor attivi in Italia, ce n'è uno con un discreto numero di imprenditrici. Parliamo di Mail Boxes Etc., rete specializzata in soluzioni per spedizioni, logistica, stampa e marketing per piccole e medie imprese e clienti privati, attraverso una rete di Centri Servizi con circa 550 Centri in Italia e 1.600 nel mondo.

Beatrice Corradini, con un track record nel commerciale, oggi è Business Owner di Mail Boxes Etc. a Mantova e a capo di un team di 40 persone, metà delle quali donne occupate in posizioni strategiche grazie anche all'introduzione di politiche di welfare che consentono di stabilire un equilibrio tra vita privata e lavoro. **Da quando ha**



"Mettersi in gioco in sicurezza"

Al centro Carlotta Tagnin, affiliata Mrs. Sporty.



Beatrice Corradini, affiliata Mail Boxes Etc.

"La soddisfazione più grande è far parte di una rete internazionale che eroga servizi di qualità"

SPECIALE

avviato il suo primo Centro MBE in franchising nel 2003, Corradini ha ampliato la rete con altri quattro punti vendita tra Mantova e Verona e, nel prossimo futuro, ha in programma lo sviluppo della rete in nuove aree, forte anche di una crescita a doppia cifra negli ultimi quattro anni.

Qual è il suo background professionale?

Mi sono sempre occupata di vendite. Per alcuni anni nel settore pubblicitario e poi nel settore trasporti. In particolare, prima di entrare in MBE ero responsabile vendite di un noto corriere espresso.

Come è partita dal punto di vista finanziario?

Ho rilevato uno store già esistente facendo un finanziamento bancario. MBE ha comunque una serie di accordi bancari che possono essere di supporto all'imprenditore.

Qual è la principale sfida che ha affrontato? E la principale soddisfazione?

All'inizio è stato complesso "adeguarsi" ad uno standard già prestabilito, per esempio sul layout dello store. L'enorme soddisfazione è certamente il far parte di una grande rete internazionale che eroga servizi di alta qualità.

Come ha conosciuto la formula del franchising?

Vent'anni fa il franchising non era diffuso come oggi però c'erano già reti importanti (McDonald's, Prenatal, Benetton). Mi interessava mettermi in proprio ma avevo il desiderio di avere "un cappello" importante. Allora ho iniziato a informarmi.

"Non siamo sole, ma in una grande squadra, insieme innanzitutto ai nostri colleghi affiliati che sentiamo molto vicini"

Elena Geretto e Chiara Marchese, titolari di due centri MBE.



Come ha conosciuto MBE?

Lavoravo nel settore trasporti e quindi sapevo dell'esistenza di questa rete. Poi ho iniziato a visitare qualche centro tra Mantova e Verona e mi sono fatta un'idea più concreta.

Si sente imprenditrice?

Assolutamente sì. Sono indipendente e autonoma sia nella gestione che nella progettualità.

Gestisco cinque store, un magazzino di logistica insieme a circa 40 collaboratori. La responsabilità è sempre mia nel bene e nel male però il marchio MBE è una grande certezza.

Il limite e la forza della rete in franchising?

Un limite può essere la diversa velocità di crescita che porta la rete ad essere disomogenea. La forza è sicuramente la capillarità sul territorio che ci permette di offrire servizi unici grazie alla collaborazione con i nostri colleghi. Provate a pensare a una grande azienda che ha una rete vendita sul territorio: con MBE si può contare su oltre cinquecento centri servizi dove l'agente può appoggiarsi per spedire

o ricevere campionari, documenti, contratti. Solo una rete capillare può offrire questo servizio.

Una attività a misura di donna

"Avevamo trent'anni ed eravamo in cerca di una occupazione, ma poco appetibili per le aziende che ci vedevano come possibili mamme più che come risorse. Allora abbiamo preso in mano la nostra vita".

E' recentissima l'inaugurazione del secondo Centro MBE a San Donà, in provincia di Venezia da parte di **Elena Geretto** e **Chiara Marchese**, già titolari del centro di Portogruaro. Una avventura iniziata nel 2011, dopo il licenziamento di una e le dimissioni dell'altra. *"A trent'anni eravamo in una età poco appetibile per le aziende - commenta Elena -, eravamo donne, quindi soprattutto possibili mamme".*

Come avvenne l'incontro con MBE?

Un amico mi segnalò una presentazione di Mail Boxes Etc., ci andai con Chiara e decidemmo di 'fare il salto'. Da amiche di infanzia diventammo socie.



Lucia Cadario, affiliata MBE.

“Per avviare la mia nuova attività ho investito i miei risparmi e la buonuscita”

“Ho sempre coltivato l'idea di mettermi in proprio - racconta -. Per la mia professione ho avuto modo di apprezzare i vantaggi del business format franchising, tra tutti la notorietà del marchio e il fatto di poter contare su una struttura che ti supporta anche a livello psicologico. E sempre grazie alla mia professione, dovendo occuparmi anche di spedizioni, sono venuta a contatto con Mail Boxes Etc.”

Lucia Cadario ha preso il primo contatto con il franchisor a dicembre 2018, proprio durante le vacanze di Natale.

Il boom dell'e-commerce

Una spinta decisiva è arrivata anche dal boom dell'e-commerce e dalle implicazioni positive su un business come quello di MBE. **A fine giugno 2019 Lucia si dimette dall'azienda precedente.**

“Per avviare la mia nuova attività ho investito i miei risparmi e la buonuscita”, dichiara. L'inaugurazione del centro avviene proprio a ridosso del primo lockdown di marzo 2020, abbiamo visto. “Ma mi reputo fortunata, perché come codice Ateco sono potuta rimanere aperta e mi sono fatta conoscere, senza fermarmi mai. Anzi, posso dire quasi di essere entrata nel cuore delle persone, di avere quasi svolto una funzione sociale, una sorta di presidio”, afferma entusiasta l'imprenditrice. “Dal momento che partivo da zero, non avevo l'ansia rispetto a una possibile perdita di fatturato e mi sono dedicata completamente alla acquisizione di clientela business”, conclude.

Con quali mezzi avete avviato l'attività?

Grazie a prestiti di familiari e a un piccolo finanziamento bancario abbiamo avviato il primo centro di Portogruaro.

Qual è stata la sfida principale che avete dovuto affrontare?

I primi anni sono stati complessi. Dovevamo cambiare approccio mentale e trasformarci da ex dipendenti a imprenditrici.

Tendevamo ad aspettare che fossero i clienti ad arrivare, quando abbiamo iniziato a uscire e a dimostrarci proattive anche sotto questo aspetto, le cose hanno iniziato a funzionare bene.

La casa madre insisteva molto sulla cura dell'aspetto commerciale. Insomma, abbiamo insistito e tenuto duro. Il secondo centro è frutto dell'esperienza che abbiamo acquisito: presidiare in modo capillare il nostro territorio. E nel frattempo siamo diventate mamme entrambe, a pochi mesi di distanza.

Che effetto ha avuto la pandemia?

Abbiamo dovuto attrezzarci, fare noi i ritiri casa per casa perché siamo state messe nelle condizioni di ridurre il personale.

Ma proprio durante la pandemia abbiamo acquisito due nuovi clienti. Bisogna andare avanti, sempre. E non siamo sole, ma in una grande squadra, insieme innanzitutto ai nostri colleghi affiliati che sentiamo molto vicini.

Da dipendente a franchisee

Lucia Cadario, 34 anni, ha scelto di affidarsi a MBE e ha aperto il suo centro a Novara proprio a ridosso del primo lockdown di marzo 2020. Conosceva già la formula dell'affiliazione commerciale per la sua precedente esperienza professionale, quando lavorava nel management di una grande compagnia telefonica di cui seguiva proprio i negozi in franchising.

E. D.