



Franchising: più insegne, più occupati e fatturato in crescita



GDO tra i settori più performanti Il franchising è un modello di business destinato a crescere, nonostante le crisi economiche: è questa la frase che riassume la fotografia del comparto, scattata da Nomisma e contenuta nel Rapporto Assofranchising Italia 2022- Strutture, Tendenze e Scenari, presentato in occasione dell'evento riservato ai soci e partner di Assofranchising dal titolo "Capovolgimento". Il Rapporto mappa l'evoluzione del franchising italiano e rappresenta lo stato dell'arte di questo mercato in costante evoluzione. Un aumento importante quello relativo al giro d'affari dei punti vendita in franchising. Il fatturato si attesta a 28.867 milioni di euro con una crescita, rispetto al 2020, del +6,7% che riflette quasi l'andamento del PIL italiano. Dopo la contrazione avvenuta nel 2020 a causa della pandemia (-103) tornano a crescere di 78 unità le insegne operative in Italia tra 2021 (955) e 2020 (877). Si tratta di una situazione positiva che trova riscontro anche nell'incremento dei punti vendita in franchising in Italia che nel 2021 si attestano a 59.849 (+4,7% rispetto al 2020). La ripresa del mercato, la riapertura di alcuni punti vendita chiusi nel 2020, l'incremento del clima di fiducia dei consumatori, unito alla voglia di cimentarsi in un'attività imprenditoriale, hanno determinato una crescita di quasi il 5% (+10.608 addetti) rispetto al 2020 degli occupati che complessivamente sono 238.194.

La media di personale occupato nei diversi punti vendita rimane però stabile, attestandosi a 4 addetti, a dimostrazione delle forze di compensazione che agiscono nel settore. Se da un lato l'apertura di nuovi punti vendita ha portato una crescita di occupati del settore, dall'altro, realtà già attive hanno portato avanti un'ottimizzazione dell'organico nel punto vendita. Tra i settori più performanti, e in crescita di due punti percentuali rispetto al 2020, vi è la GDO. Questo comparto incide per il 36% del fatturato complessivo del franchising con un giro d'affari che sfiora i 10.452 milioni di euro, seguito dall'abbigliamento (7.348 milioni di euro) e dai servizi (3.944 milioni di euro). Positive anche le previsioni di fatturato per il 2022 dei punti vendita in franchising, per i quali Nomisma rileva una crescita media del +3,6%, trainata dai settori merceologici del beauty (crescita prevista +7,5%) e della casa (+7,3%).

"I numeri del Rapporto AIF, curato da Nomisma, restituiscono un settore in salute e in crescita nonostante gli strascichi della pandemia. Il franchising rappresenta la giusta scelta per chi mostra di avere un forte desiderio di imprenditorialità, ma anche un luogo di confronto sicuro, dove poter fare squadra anche nelle congiunture più complesse.



Assofranchising, che orgogliosamente aderisce da quasi dieci anni a Confcommercio-Imprese per l'Italia, continuerà a difendere e promuovere gli interessi delle proprie reti associate. A tendere, abbiamo l'obiettivo di ampliare la già solida rete di partner, con altri maggiormente dedicati all'accesso al credito, non solo per i giovani franchisee, ma anche per i meno giovani, che attraverso l'autoimpiego, riscoprono una nuova opportunità lavorativa in questo mercato.” – afferma Alberto Cogliati, Segretario Generale di Assofranchising.

“In questo scenario economico, il franchising è un modello che a livello internazionale e nazionale continua a crescere, definendo una più ampia arena competitiva nonché un articolato portafoglio “standardizzato” di prodotti e servizi. Il successo di questo business, anche in considerazione degli elementi di tensione attuali, dipenderà sempre più da un'attenta definizione dell'attrattività dei territori e da un'accurata analisi dei fabbisogni dei consumatori e delle esperienze ricercate, anche mediante l'utilizzo della tecnologia.” – afferma Luca Dondi, Amministratore Delegato di Nomisma.

