

Rapporto annuale Aif insieme a Nomisma

Un giro d'affari in crescita del 3,5% e un aumento dell'occupazione del 4,8% tra il 2019 e il 2020, fanno dell'affiliazione commerciale la giusta soluzione per chi vuole mettersi o ri-mettersi in gioco. Adesso, con Assofranchising entra Nomisma, in veste di main partner.

Per il 2022 Assofranchising, insieme a Nomisma, lavorerà a un nuovo Rapporto annuale con modalità e dinamiche diverse, con l'obiettivo di fornire una fotografia completa sul mondo del franchising in Italia. **Il Rapporto avrà due anime: lo scenario Post Covid-19, e le nuove esigenze che ne derivano, e i numeri chiave del mercato.** Un'anima non può esistere senza l'altra, per questo motivo il primo questionario è già stato inviato. Insieme formeranno un'overview sul settore del franchising ed una verticale per categoria merceologica. L'Associazione, ad oggi, rimane la sola ad effettuare uno studio di rilevanza nazionale. Infatti l'analisi

dei dati e il questionario viene effettuato sia dai soci sia dai non soci di Assofranchising.

La nuova tendenza è chiara

Il franchising, con un giro d'affari del 2020 pari a 27.058.533.300 euro, fa sapere di non avere paura del Covid e della pandemia, perché **l'affiliazione commerciale è l'idea vincente per chi vuole avviare un proprio business in tutta sicurezza.** La "yolo generation", che dagli Stati Uniti sta diffondendosi anche in Italia, cerca soluzioni per la sua voglia di dare spazio alle passioni, a scapito del

posto fisso. Dopotutto, si vive una volta sola e mai come in questo momento in molti se ne rendono conto, soprattutto in una fascia d'età che va dai 26 ai 41 anni, ma non solo. *"La formula del franchising rappresenta lo strumento più utile per avvicinarsi all'autoimpiego e alle proprie ambizioni"* dichiara Alberto Cogliati, segretario generale di Assofranchising.

La forza di chi fa squadra

L'affiliazione commerciale è ideale per seguire le proprie ambizioni a fronte di un rischio moderato, grazie al **sostegno della rete, che fin da**



Per saperne di più di Assofranchising

Nel 2021 Assofranchising ha compiuto 50 anni. Cinque decenni di un'attività all'insegna della qualità, della tutela e della difesa degli interessi economici, sociali e professionali delle reti in franchising associate. È questa la missione dell'associazione che, nel corso di questi anni, ha costruito una fitta rete di relazioni con le istituzioni, gli enti e le altre associazioni con interessi coincidenti o vicini ai suoi. In particolare, Assofranchising attiva servizi e consulenza mirata, organizza eventi di networking e di studio su temi d'interesse per i soci, offre accordi quadro e convenzioni sui molteplici aspetti e prodotti che interessano le aziende che fanno franchising e la relativa rete di punti vendita. Per informazioni: www.assofranchising.it

“Semplicità del modello, standardizzazione dei processi, forza del brand, supporto economico: ecco alcuni tra i punti di forza del franchising”

subitopuò mettere in atto procedure agevolate di accesso al credito. Non è cosa da poco, considerando che all'inizio di un'attività imprenditoriale l'investimento può non essere alla portata di tutti. *“La forza della rete, che fa squadra nei momenti difficili, mettendo a punto soluzioni e supporti su misura, rivela la capacità di tenuta del franchising sia in termini di fatturato, sia occupazionali. Durante tutto il 2020 i nostri associati hanno studiato formule ad hoc per andare incontro ai loro franchisee garantendo il proseguimento dell'attività di business. Il 2021 è stato orientato al consolidamento dell'impegno nei confronti degli associati per poter offrire sempre*

il supporto necessario” continua Alberto Cogliati.

Un partner per dare di più

In questo senso si inserisce la nuova **partnership con Nomisma, società specializzata in ricerche di mercato e consulenze.** Assofranchising, infatti, intende per il 2022 e in futuro essere ancora più vicino ai franchisor con studi e analisi di settore svolti a livello locale e nazionale. *“L'ingresso di questo nuovo partner va nella direzione di un consolidamento dell'offerta strategica di Aif che vuole sostenere in modo concreto i propri associati”* sostiene Cogliati. Proprio

il franchising può fungere da volano per la promozione dell'occupazione in Italia, in particolare per quanto riguarda i giovani e le donne, più attente al bilanciamento vita-lavoro. *“Il franchising in Italia sta vivendo un importante momento di sviluppo e per questo merita una particolare attenzione anche in prospettiva, per cogliere nuove opportunità e implementare i margini di crescita”* aggiunge Luca Dondi, amministratore delegato di Nomisma. *“Sarà questo il contributo che andremo a dare ad Assofranchising e ai suoi associati”.*