



FORMAZIONE FRANCHISING 2010

Obiettivi

Il Franchising è una formula distributiva che ha avuto grande sviluppo nel mondo dimostrando che può portare a buoni risultati economici e di sviluppo. Un'insegna forte, la qualità del prodotto/servizio offerto, un buon rapporto qualità/prezzo e un concept replicabile nel mondo sono tutti elementi fondamentali di un modello di Franchising che voglia avere successo.

Per questo continua l'impegno di Confimprese sulla **Formazione dedicata ai Franchisor** anche per l'anno 2010. L'Associazione propone un percorso innovativo che permetterà ai partecipanti di approfondire aree e tematiche fondamentali che ogni franchisor deve presidiare.

Docenti altamente qualificati, che hanno maturato una significativa esperienza manageriale nel Franchising, guideranno i partecipanti ad un confronto sui principali aspetti strategici del franchising. Il percorso che Confimprese propone è composto da 5 moduli, fruibili separatamente:

1. Lo Start up di una rete in franchising: da 1 a 10 punti vendita
2. Il franchisee: la selezione, la motivazione e la fidelizzazione, il supporto, la gestione del complaint
3. Creazione di valore attraverso il franchising: aspetti amministrativi e finanziari
4. Le operations nel franchising
5. Sviluppo e gestione della rete in Franchising: Geomarketing e Real Estate

Destinatari

- Imprenditori, amministratori delegati e direttori generali di franchisor che vogliono ottimizzare l'impostazione del proprio business.
- Aziende operanti sul territorio con rete diretta che stanno valutando l'avvio del franchising.

Costi

I costi sono IVA esclusa. I moduli possono anche essere acquistati singolarmente. L'azienda potrà acquistare tutto, o parte, del percorso e farlo fruire ai vari manager delle diverse funzioni.

| | 1 MODULO | 2 MODULI | 3MODULI | 4MODULI | 5 MODULI |
|----------|----------|------------|------------|------------|------------|
| SOCI | € 600,00 | € 1.000,00 | € 1.400,00 | € 1.750,00 | € 2.000,00 |
| NON SOCI | € 750,00 | € 1.250,00 | € 1.800,00 | € 2.200,00 | € 2.500,00 |



MODULO 1

Lo start up di una rete in franchising: da 1 a 10 punti vendita

Milano, 20 gennaio 2010 ore 9.30 – 17.30

relatore *Enrico Rossini*

Temi:

1. Perché una Rete Retail : analisi della propria distribuzione;
2. Gli Step per Realizzare un Progetto Retail : Rete Diretta e Rete Affiliata;
3. Gestire ed implementare un Progetto franchising;
4. Le Modalità e le Evoluzioni nel Franchising;
5. Case history.

MODULO 2

Il franchisee: la selezione, la motivazione e la fidelizzazione, il supporto, la gestione del complaint

Milano, 7 maggio 2010 ore 9.30 – 17.30

relatore *Francesco Montuolo*

Temi:

1. La scelta del franchisee: ricerca e selezione;
2. Motivare e fidelizzare l'affiliato;
3. Il ruolo del franchisor: supporto e controllo del franchisee;
4. La gestione delle situazioni di conflitto.

MODULO 3

Creazione di valore attraverso il franchising: aspetti amministrativi e finanziari

Milano, 21 settembre 2010 ore 9.30 – 17.30

relatore *Paolo Penati*

Temi:

1. Il Business plan;
2. Mercato e consumatore;
3. Strategie e sviluppo;
4. La previsione dei ricavi e dei costi di gestione;
5. Gli aspetti di tesoreria;
6. Il piano di implementazione.

MODULO 4

Le operation nel franchising

Milano, 6 luglio 2010 ore 9.30 – 17.30

relatore *Gabriele Sari*

Temi:

1. Importanza del marchio;
2. La gestione delle operations;
3. Le procedure di controllo degli standard;
4. Il ruolo della supervisione operativa;
5. L'incidenza del costo operativo sul fatturato.



MODULO 5

Sviluppo e gestione della rete in Franchising: Geomarketing e Real Estate

Milano, 28 settembre 2010

relatore Marco Santambrogio

Temi:

1. Diagnosi della rete: analisi del potenziale, aree effettivamente servite, quote di mercato;
2. Il piano di sviluppo in relazione al potenziale territoriale e all'intensità competitiva;
3. Definizione e gestione delle regole di esclusiva territoriale: logiche e criticità;
4. Site evaluation: valutazione di business delle singole opportunità di apertura;
5. Il piano di ricerca delle opportunità immobiliari: selezione dei Partner, brief, remunerazione;
6. Criteri di valutazione delle opportunità immobiliari in locazione ed acquisto;
7. Prassi commerciali più comuni: tipologie di contratti, accordi, clausole, penali, durate, condizioni, parti variabili.

PROFILO RELATORI

FRANCESCO MONTUOLO

Francesco Montuolo, Vice Presidente Confimprese per il Franchising. Ha maturato la sua carriera in aziende multinazionali del Trasporto Aereo e della Logistica ricoprendo incarichi di responsabilità commerciale in DHL e FEDEX. Dal 1991 al 1997 nel settore Turismo e Viaggi d'Affari in qualità di Direttore Commerciale della CIT, l'azienda turistica del Gruppo Ferrovie dello Stato. Dal 1998 nel Gruppo Poste Italiane dove ha ricoperto diversi incarichi nelle società del gruppo dedicate al corriere espresso e ala logistica. Dal 2002 è a capo di Kipoint, l'iniziativa in franchising del Gruppo Poste Italiane. Ricopre inoltre l'incarico di Vice Presidente della ONLUS L'AltraNapoli.

PAOLO PENATI

Paolo Penati, dopo essersi laureato nel 1984, in Scienze Economiche e Bancarie presso l'Università Cattolica di Milano, ha maturato numerose esperienze nell'ambito finanziario in varie aziende multinazionali del comparto consumer .

Entra in Blockbuster nel 1996 in qualità di Direttore Finanziario e responsabile dei sistemi informativi quando la catena contava 37 pdv.

Dal 1998 gli viene affidata, inoltre, la responsabilità dello sviluppo del settore franchising; settore che rappresenta per Blockbuster una delle modalità prioritarie per lo sviluppo del marchio sul territorio.

Nominato Direttore Generale di Blockbuster Italia S.p.A. a inizio 2002 associa dall'inizio di dicembre 2002 anche la carica di Amministratore Delegato che ricopre sino a giugno del 2007.

Dal luglio 2007 all'agosto 2008 si occupa, in qualità di Amministratore Delegato, di La Gardenia Beauty Spa, azienda che opera nel campo della profumeria con oltre 100 pv.

ENRICO ROSSINI

Enrico Rossini, laureato in Scienze Politiche con indirizzo economico presso l'Università Statale "La Sapienza" di Roma. Ha tenuto numerosi Interventi in Corsi di Laurea e Master post-Universitari e ha maturato una significativa esperienza in aziende operanti nel settore Retail e Franchising.

Dal 1989 infatti ha occupato numerosi Ruoli di Responsabilità, tra l'altro è stato:

Assistente alla Direzione Marketing strategico del Gruppo Rinascente, Direttore Marketing di Trony, Senior Consultant nell'Area Marketing e Retail di Consiel, Direttore Rete Franchising Italia in Gabetti



S.p.a, carica che ha ricoperto successivamente presso BNL Investimenti - Banca BNL. Dal 2003 ad Oggi occupa la posizione di fondatore e Managing Partner di EtaBeta Consulting, società di Retail & Franchising Consulting che offre ai propri Clienti, Servizi di Consulenza integrati ai Piani di Sviluppo Commerciale, intervenendo sia sul Retail Format, che sullo sviluppo dei network distributivi (Diretti e in Franchising) in Italia ed all'Estero.

MARCO SANTAMBROGIO

Marco Santambrogio è il Fondatore e Managing Director di VALUE LAB.

Da oltre 20 anni svolge attività di consulenza per Aziende di Produzione, Distribuzione e Servizi di numerosi settori, in particolare sui temi di Marketing strategico, Consumer marketing e CRM, Trade marketing, Organizzazione e gestione delle reti di vendita e di punti vendita.

Opera inoltre come Docente, Chairman e Relatore per diverse Business School e Organizzazioni.

È membro del Comitato Advisor dell'Università Bocconi, Tutor del Master in "Business Administration" della SDA Bocconi, membro del Comitato Scientifico del Master in "Marketing Intelligence e Data Mining", membro della Società Italiana di Marketing, membro di Gruppi di studio e ricerca universitari, membro di Comitati di Direzione e Consigli d'Amministrazione di diverse società.

Prima di fondare VALUE LAB nel 1990, è stato Responsabile dell' Area Marketing di Studio Ambrosetti dal 1988 al 1990 ed ha gestito lo start up e lo sviluppo di Valdani Vicari & Associati dal 1992 al 1995. Laureato con lode in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi di Milano, 48 anni, ha fatto parte della squadra nazionale italiana di scherma.

GABRIELE SARI

Gabriele Paolo Sari, laureato nel 1981 in economia aziendale con specializzazione in marketing alla Bocconi, ha alle spalle una vasta esperienza nel marketing consolidata presso aziende quali Nabisco, Europ Assistance, Società Generale.

Da oltre 20 anni svolge attività di consulenza e formazione per aziende operanti nei diversi business intervenendo su specifiche aree tematiche quali supporto ai processi di cambiamento, formazione istituzionale, interventi organizzativo/gestionali, customer care.