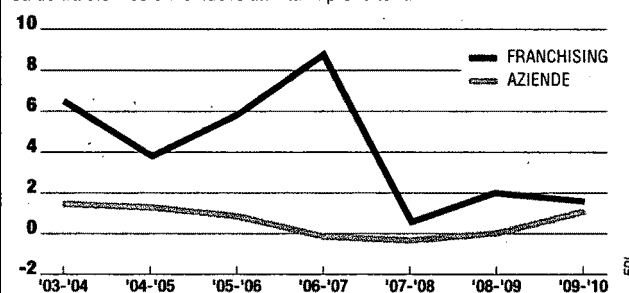


**[ LA CLASSIFICA ]****La grande distribuzione tira la volata del fatturato seguita dalle agenzie di viaggio e immobiliari**

Il rapporto annuale di Assofranchising fa il punto sui comparti che fanno da traino al settore. Al primo posto si piazza la gdo food-alimentari, con un'incidenza del 26,4% sul fatturato complessivo del mercato. Seguono, a grande distanze, le agenzie viaggi (7,6%), le agenzie immobiliari e la mediazione creditizia (7,3%). Ai piedi del podio finiscono i prodotti e servizi specialistici con il 7,1% del mercato e l'abbigliamento uomo-donna con il 7%.

**LA FERTILITA' DELLE IMPRESE**

Saldo tra dismissioni e nuove attività imprenditoriali



# Un modello anti crisi che aiuta l'espansione del "made in Italy"

NEL 2010 IL GIRO D'AFFARI DEL SETTORE, SECONDO ASSOFRANCHISING, È CRESCIUTO DELL'1,8 (CONTRO IL +1,1% REGISTRATO DAL PIL IN GENERALE), A QUOTA 22 MILLIARDI DI EURO. DAL FRONTE ESTERO LE NOTIZIE MIGLIORI CON CALZATURE E ABBIGLIAMENTO

**Luigi Dell'Olio**

*Milano*

Il franchising continua a crescere nonostante la congiuntura negativa. Anzi, il modello imprenditoriale che limita gli investimenti iniziali e fornisce un'assistenza continuativa da parte della rete di affiliazione sembra adattarsi meglio di altri a una congiuntura che resta incerta. Secondo l'ultimo studio di Assofranchising, nel 2010 il giro d'affari del settore è cresciuto dell'1,8 (contro il +1,1% registrato dal pil in generale), tanto da raggiungere quota 22 miliardi di euro. Un dato che si aggiunge al +1,7% registrato nel 2009, a fronte di una caduta libera dell'economia nazionale (-5%). E il progresso sembra destinato a proseguire anche nell'anno in corso, almeno a giudicare dal moderato ottimismo che ha caratterizzato i primi giorni del Salone Franchising Milano, appuntamento che si conclude oggi a Fieramilanocity, con la partecipazione degli operatori del settore e di quanti sono interessati ad avviare un'attività in rete. Un nu-

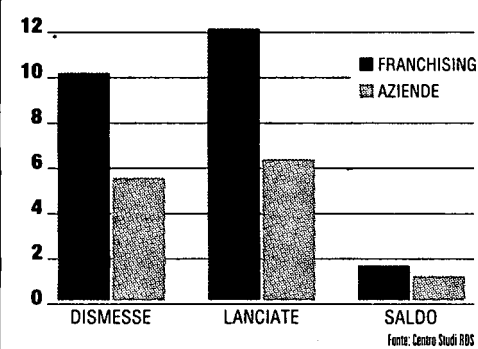
mero crescente negli ultimi anni — complice anche il desiderio di rilancio da parte di chi ha perso il lavoro — tanto che la manifestazione in corso ha predisposto un ampliamento dei settori espositivi, con un'area dedicata ai servizi per il punto vendita, e offre un check-up gratuito delle iniziative avviate, oltre a consigli per chi intende entrare nel mercato.

Tornando alla ricerca 2010, indicazioni di crescita sono arrivate anche sul fronte delle insegne presenti sul mercato, 883 nel totale, con un progresso dell'1,6% nel confronto anno su anno e occupazionale, con 186.409 assunti, il 3,3% in più rispetto al 2009. Il settore più rappresentato è quello dei servizi, seguito dagli articoli per la persona e dal commercio specializzato.

Risultati che rendono evidente come, anche durante la fase più dura della crisi, non sia venuta meno la voglia degli italiani di mettersi in proprio. Con la particolarità che oggi si preferisce una formula che limiti l'investimento iniziale (stanti anche le difficoltà di accesso al mondo del credito) e offre una rete di supporto consulenziale anche successivamente. «Si è rafforzata quantitativamente e qualitativamente la capacità di penetrazione nei mercati esteri da parte dei franchisor italiani», spiegano gli autori della ricerca. L'evoluzione oltreconfine è stata di tipo selettivo: infatti, se le reti presenti sono scese di otto unità, sono invece cresciuti sensibil-

**LA VOLATILITA' DELLE IMPRESE**

In %



mente (1.023 in più) i punti vendita, segno che le reti ancora presenti hanno spalle più robuste del passato. La considerazione che si trae è di un buon consolidamento delle reti italiane sui mercati esteri, «quasi che la debolezza del mercato interno abbia spinto gli operatori italiani a cercare nuovi spazi di crescita oltreconfine», aggiunge lo studio. Con una nota aggiuntiva: «Il punto merita un particolare plauso, considerato che la maggiore presenza di aziende italiane all'estero fa da traino ai nostri prodotti oltreconfine». Un trend che interessa soprattutto due comparti tra i più forti del made in Italy come l'abbigliamento e il calzaturiero.

Interessante è anche il quadro relativo all'indotto generato dal mercato dell'affiliazione: sono

732 (+10,4% in un anno) le imprese italiane che gestiscono gli aspetti legali e di servizio legati all'apertura e alla gestione dei franchising e si concentrano soprattutto in Lombardia, prima regione con 223 sedi di impresa attiva, il 30,5% nazionale. Scendendo ancora più in profondità, si scopre che i territori più proficui per il settore sono quelli legati alle grandi città: così Milano è la prima provincia in Italia, seguita da Roma, Bologna e Torino.

Utile a inquadrare l'andamento del settore è anche uno studio condotto dal Centro Studi Rds-Salone Franchising Milano (su dati Assofranchising e Unioncamere) relativo al tasso di fertilità del mercato. Esaminando le nuove attività e le cessazioni tra il 2003 e il 2010, gli analisti sono arrivati alla conclusione che il mercato dell'affiliazione ha presentato in tutti gli anni un tasso di crescita, in termini percentuali di ragioni sociali, sempre superiore rispetto alle aziende in generale. In particolare, tra il 2006 ed il 2007 il franchising è cresciuto 89 volte rispetto alle imprese in generale, e nel 2008-2009 la crescita è stata 23,6 volte superiore a quella delle aziende. Negli ultimi due anni, contrassegnati da una frenata dell'economia, emerge un altro trend: mentre le aziende italiane non hanno presentato tassi di crescita, le reti in franchising sono aumentate dell'8,9%. Tanto da far dire ad Antonio Fossati, docente di Marketing all'Università di Pavia e presidente di Rds, che «la voglia di mettersi in proprio non è calata negli ultimi anni, ma chi avvia un'attività imprenditoriale tende sempre più ad affidarsi a un network dal quale ottenere assistenza e consulenza». Senza dimenticare, comunque, che il franchising è più volatile del mercato nel suo insieme: infatti, nel corso del 2010 le aziende dismesse nel settore sono state il 10,6% contro il 5,5% del dato medio, in linea con le proporzioni relative alle nuove iniziative (12,2% contro il 6,6% generale).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



#### [ LA PREVISIONE ]

### Il mercato non si fermerà nemmeno nel 2012 prevista l'apertura di altri 1.200 punti vendita

**Secondo uno studio realizzato da Confimprese (associazione che raggruppa un centinaio di società, metà delle quali attive sul mercato con la formula del franchising), il mercato dell'affiliazione ha davanti a sé un anno positivo. Il 2012, infatti, dovrebbe registrare l'apertura di 1.200 nuovi punti vendita — con una distribuzione in tutte le regioni della Penisola — con la previsione di assunzioni (con varie formule) per circa 3mila persone.**

La crisi dei consumi e il calo delle vendite hanno favorito anche nel 2011 l'espansione delle reti in franchising che garantiscono a chi fa impresa minori rischi per l'avviamento