

CHIUDE IL SALONE A FIERAMILANOCITY

Il franchising italiano guarda all'estero

MILANO

IL SALONE Franchising Milano, rassegna dedicata al mondo delle reti commerciali ha chiuso ieri a fieramilanocity confermando i numeri del 2010 con circa 13mila visitatori. Segno di un mercato che rimane dinamico, nonostante le difficoltà che caratterizzano la congiuntura italiana.

L'EDIZIONE 2011 è stata contraddistinta da una cospicua presenza di buyer esteri (in rappresentanza di nove paesi), che hanno incontrato le reti italiane con l'obiettivo di estendere la loro presenza oltreconfine. «Gli incontri di business sono andati veramente bene: l'offerta italiana è molto interessante per il mercato di Singapore», commenta Sean Flynn, che nel paese asiatico guida la società di intermediazione Bortzet. Dello stesso avviso Fernando Campora, partner della brasiliana Cherto: «Dal punto di vista degli affari ho trovato molte occasioni degne di essere sviluppate, più ancora dello scorso anno. Evidentemente, la crisi aguzza l'ingegno facendo emergere il meglio della creatività italiana». Esperienza positiva anche per Kruzhkov Evgeny, ceo di Bitzbroker: «Operiamo come broker per gli investitori russi interessati a collaborazioni internazionali e questo appuntamento si è rivelato molto proficuo per sviluppare nuovi business nel nostro paese, soprattutto nei settori d'eccellenza del made in Italy, come alimentare e abbigliamento».

<IN UN MOMENTO particolarmente incerto per l'economia - commenta Antonio Fossati, presidente di Rds, la società organizzatrice della manifestazione - il Salone si è rivelato un punto di incontro importante, che ha messo in vetrina l'Italia vera, che vuole svilupparsi attraverso la sua creatività. L'auto impiego è il maggior ambito di sviluppo per chi cerca lavoro e il Salone si è messo al servizio di questa esigenza, offrendo ai potenziali imprenditori oltre 170 marchi che hanno un piano di apertura in media tra i 10 e i 20 punti vendita nuovi nel prossimo anno». Risultati ottenuti anche grazie alla presenza di tutte le associazioni rappresentative dal settore, in particolare alla preziosa collaborazione di **Confimprese**, che ha organizzato la conferenza inaugurale sullo stato di salute del franchising e curato una mostra sulle soluzioni tecnologiche che consentono di migliorare l'efficienza del punto vendita.

La manifestazione conferma l'ottima salute di un settore che non ha risentito della difficile congiuntura economica degli ultimi anni: il franchising italiano, infatti, ha chiuso il 2010 con un giro d'affari di circa 22miliardi, in crescita dell'1,8% sul 2009 (fonte Rapporto Assofranchising). E non finisce qui: Salone Franchising continuerà ad affiancare gli operatori nel corso dei prossimi mesi per aiutarli a concretizzare i discorsi di business avviati nel corso della manifestazione attraverso l'ausilio di "Find franchising", motore di ricerca presente sul sito della manifestazione (www.salonefranchisingmilano.com), che consente la ricerca di partner per settore merceologico, località e fascia di investimento.

