

[www.franchisingcity.it](http://www.franchisingcity.it)

## Il franchising crea occupazione

20/10/2010 12:44



Ricerca Confimprese: Il franchising crea occupazione. Previste 3.900 assunzioni per il 2011 da parte delle 90 imprese interpellate da GEA.

Il franchising si conferma uno dei motori della ripresa del sistema Paese, offre l'opportunità dell'autoimpiego e dell'imprenditorialità a chi ha capitali da investire, crea occupazione.

A dimostrarlo la ricerca Confimprese 'Il franchising in Italia. Strategie per contrastare la crisi dei consumi e sostenere lo sviluppo', realizzata da GEA. «L'imprenditoria protetta – spiega Francesco Montuolo, vice presidente area franchising di Confimprese – funziona anche nei momenti di crisi, in quanto gli imprenditori hanno bisogno di sviluppare un business la cui formula sia consolidata.

Per questo Confimprese chiede al Governo un interlocutore stabile dedicato al franchising all'interno del Ministero dello Sviluppo Economico, in modo che il comparto possa svilupparsi nell'interesse del Paese. Se a questo si aggiungesse una maggiore apertura al credito da parte degli istituti bancari, il franchising potrebbe trovare nuovo impulso per crescere e, oltretutto, creare occupazione. Proprio su questo punto la ricerca evidenzia un trend significativo: il franchising sostiene il tasso occupazionale.

Le 90 imprese intervistate occupano ad oggi oltre 20.000 addetti e rispettivamente per l'anno in corso e per il 2011 sono previste 3.000 e 3.900 nuove assunzioni. Numeri interessanti anche per quanto riguarda l'aumento dell'organico in sede. In funzioni come la logistica, gli acquisti, l'amministrazione e controllo sono previsti potenziamenti e nuovi inserimenti: ben 130-140 addetti per il campione analizzato».

La metà circa del campione analizzato dalla ricerca (74 imprese + 16 intervistate tra cui Burger King, Enel Si, Frimm, Erbolario, Librerie Mondadori, Maggiore Rent, MiniConf, Original Marines, Tecnocasa, Thun, Unieuro) dichiara che la crisi sembra ormai alle spalle, nonostante negli ultimi due anni ci sia stata una contrazione del loro mercato. Per alcuni comparti di beni o servizi c'è stata una domanda stabile (27%) o addirittura in crescita (30%). «Il campione – commenta Enzo Losito Bellavigna, partner di GEA – indica come obiettivi prioritari un maggiore presidio e controllo della rete (82%) per garantire armonia, rapidità e coerenza nella messa in atto dei nuovi indirizzi commerciali, l'ampliamento della gamma prodotti e servizi (77%) e un approccio consapevole al contenimento dei costi operativi e di acquisto, rispettivamente 64% e 62% delle risposte».

Le reti di affiliati hanno potuto contare sui franchisor per attutire le perdite di fatturato, marginalità e per coprire i fabbisogni finanziari. Il 64% dei franchisor rispondenti ha 'tollerato' un allungamento dei tempi di pagamento da parte dei propri franchisee e il 55% ha dovuto far fronte a un aumento degli insoluti.

Un aspetto rilevante riguarda la forza del marchio, che in momenti di crisi può giocare un ruolo fondamentale per la tenuta del giro d'affari e dei margini sia per il franchisor che per i suoi affiliati.

Il tema del posizionamento del marchio è colto pienamente anche dai franchisor che hanno una presenza locale o un brand non ancora pienamente affermato, anche se le insegne nazionali più affermate sul territorio hanno segnato nel 2009 performance economico-finanziarie decisamente migliori (solo il 9% di contrazione del fatturato e 21% dell'utile) rispetto ai franchisor locali o emergenti (28% di contrazione del fatturato e 40% dell'utile). E le previsioni di chiusura 2010 confermano questi andamenti.

In conclusione, i franchisor italiani hanno dimostrato capacità gestionali significative, muovendosi con rapidità e decisione sui propri fondamentali: il format di punto vendita, l'offerta commerciale, la formula di affiliazione, i servizi offerti all'affiliato.

eZ Publish™ copyright © 1999-2010 eZ Systems AS

