

# L'opinione di MARIO RESCA, presidente di Confimprese

## IL MANAGER GIUSTO PER TENERE BANCO

La scelta del franchisee è fondamentale, soprattutto in relazione alla tipologia di prodotto e alle strategie commerciali del franchisor. Ma conta molto, anzi moltissimo, anche la formazione. E le grandi marche lo hanno capito.

Qual è il profilo del franchisee ideale? Premesso che in Italia manca una vera cultura del retail e con essa gli strumenti per formare figure professionali da inserire nel settore, va detto che per entrare ed emergere nel mondo della distribuzione è necessario avere competenze specifiche. Non è sufficiente un valido background in azienda: i novelli franchisee devono aver compiuto un percorso formativo adeguato per apprendere il modo di fare impresa nel mondo distributivo, per sapere gestire un punto vendita, dominare le tecniche di negoziazione, controllare le criticità del business. Il profilo del franchisee ideale, comunque, non esiste. Il franchisor sa, però, che per conseguire il successo nel punto vendita è necessario identificare figure simili al suo stile imprenditoriale sia in termini di prodotto sia di piano di sviluppo.


Se il piano di sviluppo, per esempio, vuole

essere molto aggressivo, già a monte occorre identificare figure di franchisee aggressive, ambiziose e magari in grado di espandersi nel breve periodo. Se, al contrario, è necessario essere più cauti e misurati bisogna cercare buoni condottieri monostore, che siano molto operativi e buoni esecutori.

Chi può essere, insomma, il candidato ideale? Uomo o donna? Un marchio, un prodotto, un servizio possono già essere di per sé identificabili con una categoria di persone. L'età, tendenzialmente, è superiore ai 35 anni. In fase di start-up un dipendente del franchisor può essere un candidato ideale perché ha già sposato i valori dell'azienda, sa gestire il personale, controllare i costi e può fare da nave scuola per i franchisee successivi. Esistono, però, altre figure che ben si adattano al ruolo anche per la fase successiva allo start-up, quella del consolidamento. Ci sono i manager

d'azienda che hanno l'attitudine giusta per lo sviluppo del progetto, gli imprenditori che conoscono bene il mondo del commercio e gli aspetti burocratici del sistema, gli agenti di commercio e i cacciatori di teste che hanno la giusta aggressività e attitudine commerciale e conoscono bene mercato e territorio.

Tra i tanti requisiti, il vero franchisee ne deve avere almeno tre: attenzione alla clientela e al mercato, fiducia in se stesso e negli altri, approccio perspicace, flessibile, propositivo, capacità di adattarsi ai cambiamenti.

Ciò che conta, in ogni caso, è che, in questo momento di grande trasformazione del mercato, franchisor e franchisee si rendano conto che è di lungimiranza e visione che le aziende oggi hanno un gran bisogno. 



Presidente di Confimprese e direttore generale del ministero dei Beni culturali.

FIS/FRULLI/IMMAGOECONOMICA