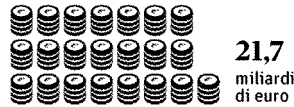


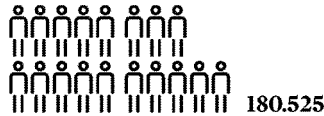
Al riparo dalla crisi



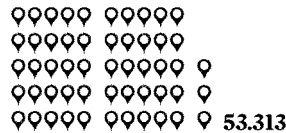
FATTURATO COMPLESSIVO



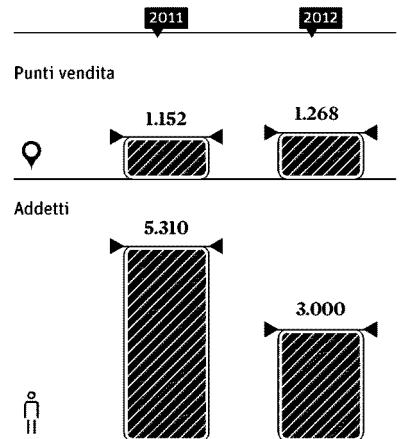
ADDETTI



PUNTI VENDITA



APERTURE PREVISTE



Fonte: Confimprese

Occupazione. Trend in ascesa per un settore che con 180.525 addetti ha un giro d'affari di oltre 21 miliardi

Nel franchising 5 mila posti

È il bilancio del 2011: aperti 1.152 punti vendita, altri 1.268 nel 2012

PAGINA A CURA DI
Giacomo Bassi

I numeri fanno ben sperare: 180.525 addetti, 53.313 punti vendita, un giro d'affari annuo di oltre 21,7 miliardi di euro. Il franchising sembra non conoscere crisi, e l'ultimo rapporto sull'occupazione elaborato da Confimprese lo conferma: nel 2011 saranno aperti 1.152 nuovi negozi (che tradotto in percentuali significa +28,2% rispetto al 2010), creati oltre cinquemila posti di lavoro e costruite le basi per una crescita importante del settore anche per i prossimi dodici mesi. Nel corso dei quali, spiega lo studio, saranno realizzati 1.268 nuovi punti vendita in affiliazione che daranno lavoro a più di tremila persone, in particolare under 35. Oggi in Italia operano oltre 800 brand del franchising che vale il quarto posto in Europa.

«Il franchising è un interessante sbocco che non solo genera nuova occupazione tra i giovani», spiega **Mario Resca**, presidente di **Confimprese** - ma offre anche l'opportunità di ricollocamento alle risorse fuoriuscite volontariamente o meno dal mondo del lavoro, il tutto in condizioni di maggiore sicurezza rispetto all'avvio di un'attività imprenditoriale in autonomia». Grazie alla possibilità di utilizzare un marchio già noto, brevetti di succes-

IL COMPARTO

In Italia operano 800 brand: il Paese si colloca così al quarto posto in Europa Resca (Confimprese):

«Opportunità per under 35» so, know how della casa madre e avere assistenza tecnica e di business da parte dei franchisor. A volte l'aspirante imprenditore è un ex commerciante convertito alla formula dell'affiliazione, non senza qualche problema iniziale. Dalla ricerca dell'Università di Napoli, condotta da Marcello Martinez per **Confimprese**, emerge che inizialmente «si manifestano problemi di scarsa dimestichezza con la lingua inglese, difficoltà gestionali e qualche resistenza alle royalty» ma che poi si superano, anche perché l'imprenditore locale conosce meglio il territorio.

Ingredienti che permetteranno tassi di crescita importanti soprattutto ai franchising che operano nell'alimentare ma che non lascia indietro quasi nessun settore merceologico: calzature, abbigliamento, oggettistica per la casa. Lo storico calzaturificio **Bata**, sottolinea ad esempio il rapporto, nei prossimi dodici mesi aprirà trenta nuovi punti vendita in tutta Italia nei quali verranno impiegate 180 persone. Saranno 140 invece i nuovi posti di lavoro offerti dalle inaugurazioni di 35 punti vendita di **Original Marines**, 70 quelli che verranno creati nei 35

negozi della **Fun** mentre le previsioni delle librerie **Ubik** parlano di ottanta nuove risorse da inserire in venti punti vendita di prossima apertura. Servono invece ottici diplomati e tre area manager per le 24 aperture di **Nau!** (le previsioni parlano di cento profili ricercati), una trentina di esperti venditori per i **KiPoint** del gruppo **Sda Poste Italiane**, cento giovani con buone conoscenze sulla tecnologia per i 40 nuovi negozi della catena d'informatica **GoGo Point**.

Ma il vero boom di assunzioni, spiega questo terzo rapporto sull'occupazione, si registrerà nel settore alimentare. E basta leggere i numeri per accorgersene. Nei venti ristoranti **Roadhouse**, che saranno aperti entro la fine del 2012 tra Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna, serviranno 360 lavoratori tra assistenti del direttore, personale di sala, ricevimento e cucina, mentre nei fast food **Burger King** saranno 400 (tra crew e manager) i nuovi inserimenti. Saranno poi ottanta i giovani che verranno selezionati da **Limdi** (il gruppo dolciario prevede di inaugurare otto punti vendita) e novanta quelli di **Imi Basi**, catena di ristorazione attiva lungo la rete autostradale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MARCHIO IN ALTE**Il caso.** Nei piani di Original Marines 35 vetrine nei prossimi mesi**«Occasione per aspiranti imprenditori»****Tecnocasa**

■ Aprirà 200 agenzie immobiliari in 11 Regioni, con il top in Piemonte e Lazio con 40 aperture a testa. Verranno inserite circa 600 nuove risorse. Le figure più ricercate sono il collaboratore d'agenzia (che costituisce il primo contatto agenzia-cliente) e il coordinatore d'agenzia, che si occupa invece dell'organizzazione e della gestione del punto vendita.

Compar Bata

■ Prevede l'avvio di 30 negozi sia a marchio Bata sia Athletes World con 180 persone dislocate nei diversi nuovi punti vendita. I profili professionali più ricercati sono addetti alla vendita con un'esperienza minima di due/tre anni (l'azienda opera nel settore delle calzature) o anche neodiplomati o neolaureati senza esperienza. L'espansione è prevista su tutt'Italia con aperture in centri commerciali o in città di provincia con un bacino di utenza di almeno 30mila persone.

Nau!

■ Le previsioni parlano di 24 aperture con 100 nuovi addetti, per la maggior parte ottici diplomati e addetti alla vendita. Nau! cerca anche due area manager per l'Italia e un area manager per l'estero.

Roadhouse

■ Marchio del gruppo Cremonini che aprirà 20 punti vendita tra Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna e Roma e avrà necessità di reperire 360 persone tra assistenti del direttore, personale di sala, ricevimento e cucina.

Select Trade-Lindt

■ Ha in programma otto aperture e l'assunzione di circa 80 persone. Il gruppo dolciario cerca in particolare manager della ristorazione, addetti alla vendita e al laboratorio per la produzione di gelato.

Conta oltre 630 negozi in Italia e all'estero e per il prossimo anno ha in programma altre 35 aperture: Original Marines, marchio molto noto nel settore dell'abbigliamento, è tra i gruppi che più creerà (direttamente o indirettamente) il maggior numero di posti di lavoro in tutto il 2012.

Ma non saranno solo cassieri, addetti alle vendite e responsabili di collegamento tra più punti vendita o tra i negozi e la casa madre quelli che potranno trovare un impiego nella catena: «Uno dei punti di forza del franchising - spiega **Ciro Esposito**, responsabile sviluppo della rete per l'Italia del gruppo campano - è che grazie all'affiliazione crea, accanto a tradizionali posti di lavoro, anche nuova imprenditoria. Che quasi sempre porta degli ottimi risultati sia a chi decide di mettersi in proprio sia al gruppo che cede il proprio marchio e mette a disposizione il proprio know-how». Un doppio vantaggio, quindi: per il franchisor che amplia la rete di vendita a costi ridotti, e per il franchisee, l'affiliato, che con un capitale limitato può avviare un'iniziativa imprenditoriale di successo.

«Il lavoro che svolgiamo nei confronti di quest'ultimo - illustra **Esposito** - è a 360 gradi e parte dalla scelta della location per arrivare fino alla redazione del business plan. Ma non ci limitiamo a ciò: un altro aspetto fondamentale del nostro impegno nei confronti dell'imprenditore e del personale da lui individuato è quello della formazione». Sia prima dell'apertura sia durante l'attività: «Grazie a una rete parallela di agenzie che abbiamo a disposizione - continua il direttore Sviluppo per l'Italia - organizziamo corsi di aggiornamento o di formazione professionale non solo all'affiliato (che deve conoscere alla perfezione i disciplinari del gruppo) ma anche alle commesse, alle venditrici o agli apprendisti che lavoreranno con noi».

Occasioni di impiego, dunque, alle quali si affiancano opportunità di crescita professionale in tutte le città nelle quali decide di sbarcare il gruppo di abbigliamento: «Il nostro scopo - conclude **Esposito** - è duplice: da un lato aumentare il valore del marchio, dall'altro fornire gli strumenti adeguati alla gestione del business. E su questo doppio binario svilupperemo le 35 aperture che

abbiamo in programma per il prossimo anno: punti vendita, che per il 75% saranno localizzati nelle regioni del Nord Italia, nei quali lavoreranno nel complesso oltre 140 persone, in prevalenza giovani con poca esperienza pregressa ma anche, nel caso in cui il business decolli, manager in grado di gestire volumi d'affari ben più importanti di quelli di un singolo punto vendita».