

Bilanci Nel 2010 i posti di lavoro in Italia sono cresciuti del 3,3%. Giro d'affari a 22 miliardi (+1,8%)

Negozi Fatturato in ripresa E si fanno avanti i giovani

La metà dei nuovi affiliati ha meno di 35 anni. Le regole? Ancora pesanti

DI FELICE FAVA

Si è sviluppato in termini di fatturato, si è allargato sul territorio, ha incrementato l'occupazione: in poche istantanee ecco l'immagine 2010 del franchising italiano. L'affiliazione commerciale nel nostro Paese si conferma, quindi, un settore innovativo, che sembra capace di resistere ai venti di crisi.

Analizzando nel dettaglio i numeri, lo scorso anno, secondo dati elaborati dall'Osservatorio permanente del franchising, il giro d'affari è salito dell'1,8% superando la soglia dei 22 miliardi di euro; le catene (869 nel 2009) alla fine del 2010 sono risultate 883; i punti vendita, passando da 53.313 a 54.013, hanno registrato un incremento dell'1,3%.

Ma il dato più rilevante riguarda la forza lavoro, cresciuta del 3,3% (da 180.525 a 186.409 unità): un risultato significativo perché ha compensato la contrazione del biennio 2008-2009.

Territorio

A livello territoriale, con 225 *franchisor* (le aziende attive attraverso la formula del *franchising*), la Lombardia è la regione dove si concentra il maggior numero di attività, seguita da Lazio (102), Veneto (94), Piemonte (74) ed Emilia Romagna (64).

La suddivisione mer-

ceologica ci dice che ben 438 reti, quasi il 50% dell'intera affiliazione, operano nel settore dei servizi, che distanzia di molto il comparto degli articoli per la persona (224 catene) e quello del commercio specializzato (100).

I fatturati più consistenti sono stati invece prodotti dalla grande distribuzione alimentare (5 miliardi e 861 milioni di euro), dal turismo (un miliardo e 685 milioni) e dall'immobiliare (un miliardo e 619 milioni).

Graziano Fiorelli, presidente di Assofranchising definisce l'affiliazione commerciale un incubatore di piccole imprese. «In Italia — sostiene Fiorelli — il rapporto tra franchising e sviluppo delle Pmi è strettissimo e proprio

grazie alle sue caratteristiche il settore è stato capace di dare risposte alle nuove sfide imprenditoriali».

Indagine

Lo conferma anche un'indagine del Centro studi Rds — società organizzatrice del Salone del franchising — secondo la quale, nel periodo 2003-2010, le attività in franchising hanno registrato un tasso di crescita sempre superiore rispetto alla media delle aziende italiane.

Di contro, l'affiliazione è sottoposta a un'accentuata volatilità, infatti, a un maggior numero di imprese avviate corri-

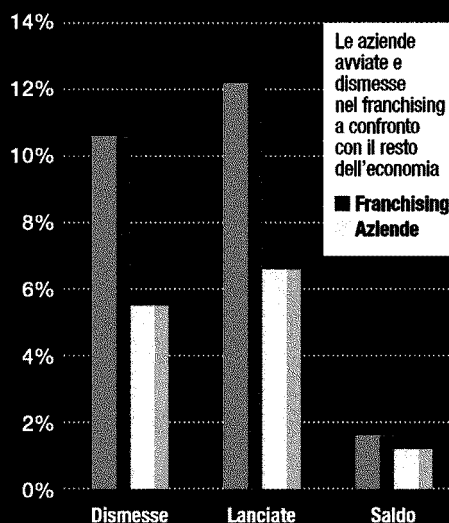
LA MAPPA

Principali indicatori del sistema franchising in Italia

	2010	Variazione percentuale 2010/2009
• Giro d'affari	22.168	+ 1,8%
• Insegne operative	883	+ 1,6%
• Punti vendita in Italia	54.013	+ 1,3%
• Punti vendita italiani all'estero in franchising	7.114	+ 16,8%
• Reti italiane all'estero	214	- 3,6%
• Reti straniere operanti in Italia	33	+ 6,4%
• Addetti	186.409	+ 3,3 %
• Dimensione media reti	61,2	- 0,16%
• Media occupati per punto vendita in franchising	3	

Fonte: Rapporto Assofranchising Italia 2010 Strutture, Tendenze e Scenari. A cura di Assofranchising. Realizzato ed elaborato da Osservatorio Permanente sul Franchising, Quadrante e Servizio Studi Assofranchising

UN SETTORE VITALE



Fonte: Elaborazione centro studi RDS - Salone Franchising Milano su dati Assofranchising e Unioncamere (dati 2010)

S. Franchino

sponde un più alto tasso di chiusure.

In ogni caso il settore mostra di sapersi rinnovare soprattutto grazie all'attrazione esercitata nei confronti dei giovani aspiranti imprenditori. Lo ribadisce una ricerca di Confimprese: poco meno della metà dei nuovi *franchisee* (gli affiliati) ha un'età inferiore ai 35 anni. E quindi sono persone che hanno guardato al *franchising* come un'interessante alternativa al lavoro dipendente.

La vera nota dolente va ricercata nella difficoltà degli operatori stranieri di operare sul mercato italiano. Per quali ragioni? «Quelle principali — spiega **Mario Resca**, presidente Confimprese — sono legate all'elevata complessità delle normative, ai complicati rapporti con la pubblica amministrazione e al difficoltoso accesso al credito, ma va pure detto che i potenziali *franchisee* italiani appaiono più improvvisati e meno evoluti rispetto ai colleghi europei in termini di capacità organizzative e gestionali».

Freni

«A frenare l'evoluzione del settore — aggiunge Patrizia De Luise, presi-

dente della Federazione italiana franchising — è stata anche l'incertezza delle scelte della politica, inoltre la legge di riferimento dovrebbe essere più trasparente, per esempio prevedere quanti punti vendita diretti deve avere la catena prima di cedere il proprio marchio in affiliazione».

Nonostante tutto il settore continua a crescere. Ma cosa c'è da attendersi per il 2011? E' ancora presto per tirare le somme, ma grazie all'indagine condotta su alcune grandi catene da Luca Pellegrini, docente dell'università Iulm, è possibile però azzardare qualche previsione: il fatturato del settore alimentare dovrebbe risultare stabile, nell'immobiliare, dopo i cali del 2010, vi sono aspettative di rafforzamento. In crescita anche intimo e calze, ristorazione e servizi specialistici, in leggera flessione l'elettronica di consumo, mentre nel turismo si prevede un modesto incremento delle reti. Andrà così? Lo sapremo nel 2012.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

225

I franchisor in Lombardia, la regione più ricca di reti di vendita