IL MONDO

N° e data : 120006 - 17/02/2012
Diffusione : 51402
Periodicità : Settimanale
IlMondo_120006_70_23.pdf
AVE : 29462 euro(s)
Sito web: www.ilmondo.rcs.it

Pagina : 70
Dimens. 100 %
525 cm2

ESPOSIZIONI LE PRINCIPALI CATENE DI AFFILIAZIONE LANCIANO UNA SOFISTICATA FIERA VIRTUALE

Ci si vede al web-franchising

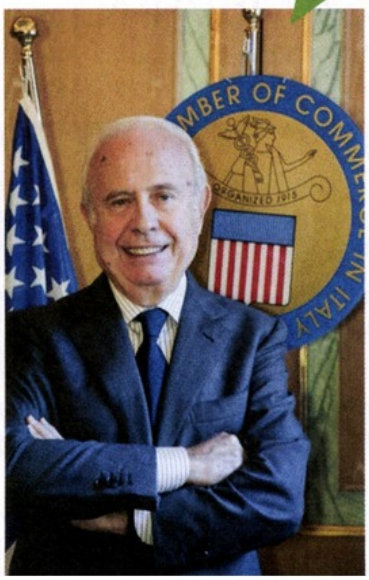
Attesi alla manifestazione (che durerà 226 giorni) 30 mila visitatori interessati ad aprire un negozio o un ristorante

Ci hanno provato in tanti, ma prima di parlare di una efficace fiera virtuale occorrerebbe allestire una manifestazione con tutti i crismi rispettati nella tradizione, da uno stand adeguato per l'esposizione, la possibilità di controllare e profilare, come si dice nel gergo del marketing tecnologico, il visitatore, possibilità di fissare un incontro one-to-one, magari faccia a faccia anche visivamente, possibilità di fissare appuntamenti per documentarsi e mettere in concorrenza l'offerta di più espositori, pubblicità per far conoscere quello che deve avere l'emozione dell'evento e così via. Unica, sostanziale differenza rispetto alle rassegne fisiche, il costo, davvero ridotto con l'expo su internet a banda larga per le aziende espositrici, esonerate dalle spese per allestimenti, hostess, catering e altro ancora. È la sfida che nelle prossime settimane lancerà sul mercato nazionale (ma anche in tutto il mondo) Graziano Fiorelli, presidente di Assofranchising, l'associazione che riunisce 200 degli 880 franchisor operanti in Italia, dal gruppo Calzedonia (anche con i brand Tezenis e Intimissimi), al primo posto per numero di punti vendita, da Tecnocasa (al secondo), da McDonald's a Mailboxes Etc, il network di servizi di spedizioni, grafica e stampa con 570 punti in Italia e più di 700 all'estero che fa capo allo stesso Fiorelli. In tutto queste catene hanno più di 54 mila negozi gestiti dagli affiliati, o franchisee. Sono proprio questi ultimi, vecchi e soprattutto potenziali, il bacino di utenza per Wfe, Web Franchising Expo, la prima fiera virtuale italiana dedicata al settore online dal prossimo 18 febbraio fino al 30 settembre 2012 (226 giorni) sul sito www.webfranchisingexpo.it con una fase interattiva concentrata dall'8 al 10 marzo (36 ore) per consentire un'interazione diretta per lo scambio di informazioni tra franchisor e potenziali franchisee. Sono attesi 30 mila visitatori per un esordio che sarà monitorato costantemente per mettere a punto la successiva edizione.

LO SHOP IN NETWORK RESISTE MEGLIO ALLA RECESSIONE

Il settore della distribuzione sta vivendo un momento molto delicato per la congiuntura eonomica e il calo dei consumi e le catene hanno confermato di resistere meglio alla crisi con una tenuta o piccola crescita (dall'1 al 3% all'anno) dal 2008 a oggi, il lungo periodo difficile durante il quale, sottolinea il presidente di Assofranchising, «il nostro settore non è regredito né per punti vendita né per fatturati né per numero di operatori». Dal 2008 al 2010 il numero degli esercizi è aumentato da 53 a 54 mila, con una piccola erosione di quota di mercato nei confronti della distibuzione tradizionale. «Chi è solo sul mercato soffre di più di chi è inserito in un struttura organizzata, conferma Fiorelli. Anche il tasso di rinovo degli affiliati e quindi delle gestioni è stato intorno al 3-4% del totale, circa la metà del ricambio nel settore del commercio allargato che conta su 700 mila negozi.

Ettore Tamos

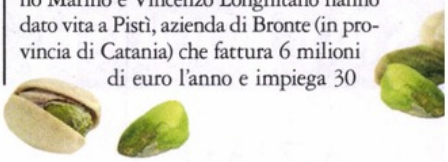


Graziano Fiorelli. In alto, la front page della Wfe, Web Franchising Expo

DOLCI AFFARI LA PISTÌ DI BRONTE

Un pistacchio e la crisi se ne va

Croccanti, pasticcini, creme, confetti, torroni morbidi rivestiti di cioccolato...tutto preparato a mano secondo le antiche ricette della tradizione siciliana e con materia prima rigorosamente locale, soprattutto i pistacchi. Sono gli ingredienti con cui Nino Marino e Vincenzo Longhitano hanno dato vita a Pistì, azienda di Bronte (in provincia di Catania) che fattura 6 milioni di euro l'anno e impiega 30



Copyright (Mondo (Il))

Riproduzione vietata

Assofranchising