



DOSSIER FRANCHISING

Marco Bocchiola,
direttore rete franchising
di Simply Italia



Mario Resca
presidente
di Confimprese



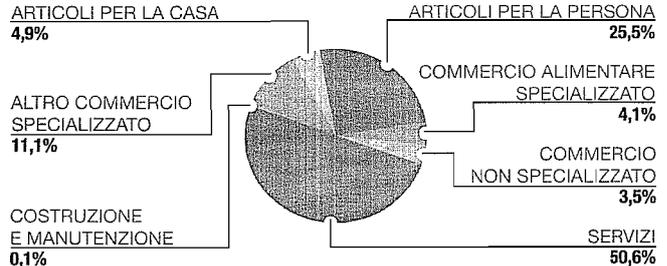
Due punti vendita in franchising nella gdo e nella cosmesi

immobiliari, benché queste ultime due siano in forte calo negli ultimi anni. Crescono, invece, decisamente i prodotti e i servizi specialistici, che nel 2011 hanno fatto un balzo del 25% arrivando a quasi 2 miliardi di euro e la ristorazione rapida-pizzerie-caffetterie (+12% nel 2011). Il franchising è, infatti, una occasione di auto-imprenditorialità che, per diverse attività, richiede un investimento contenuto (tra i 20 e i 40 mila euro la fiche di partenza in diverse catene) ma, in compenso, fa usufruire di vantaggiose economie di scala, ampia visibilità e politiche commerciali e di

marketing comuni alla catena scelta. Per un neofranchisor, invece, il sistema consente di lanciare un'attività già con una rete di negozi sul territorio, condividendo il rischio con i franchisee. Infine, si è rivelato una salvezza per tanti imprenditori indipendenti, che costituiscono il tessuto economico italiano, come nell'alimentare e nell'hôtellerie, minacciati rispettivamente dalla concorrenza degli ipermercati e dei grandi gruppi. Simply Italia, per esempio, ha avuto un incremento di punti vendita del 15% nel 2012, tra affiliazione diretta e master franchising

(imprenditori locali con propri centri logistici), con 1.436 punti vendita. La formula più utilizzata è la superette (minimarket) di vicinato PuntoSimply tra 200 e 800 metri quadrati. Lo sviluppo continua anche nel 2013 con almeno un centinaio di supermercati. «Vogliamo diffondere l'insegna Simply in tutte le regioni d'Italia. Ma il vero problema resta l'accesso al credito, per cui insieme ad Assofranchising stiamo cercando di sensibilizzare, con incontri locali, i diversi interlocutori per creare una maggiore cultura del settore», commenta Marco Bocchiola, direttore rete franchising di Simply Italia, che detiene il 20% del giro d'affari del settore affiliazione gdo food. Anche nell'hôtellerie c'è chi continua a crescere. Il gruppo Accor quest'anno inaugurerà otto hotel affiliati a insegna Mercure, Ibis style, Ibis e M Gallery tra Venezia e Palermo, passando per Parma, Milano e Firenze. «Gli imprenditori mantengono la propria autonomia gestionale, ma usufruiscono della forza di un grande gruppo internazionale per visibilità, flussi di prenotazioni ed economie di scala, dall'energia elettrica alle commissioni delle agenzie di viaggio online», dice Renzo Iorio, amministratore delegato di Accor Italia. Che ha avuto una leggera crescita del 1,5% nel 2012, contro una flessione del mercato del 3,4%. Certo il rallentamento è arrivato anche nel franchising. Nel 2011 il mondo delle affiliazioni chiudeva con un saldo positivo di quasi l'1%, poco in termini percentuali ma in assoluto con 166

UN FATTO PERSONALE



La suddivisione per settore dei negozi affiliati alle catene

Appuntamenti Rassegne e incontri da Parigi a Piacenza

Il confronto si fa in fiera (o nel web)

In attesa della fiera del franchising di Parigi (24-27 marzo), che interessa anche i nostri franchisor a caccia di affiliati oltreconfine, il 14-15 marzo ci sarà la sessione interattiva della fiera online organizzata da Assofranchising, Web franchising expo. Oltre 100 mila utenti unici alla prima edizione, con più di 9 mila persone registrate per entrare in contatto diretto

con i 110 espositori. Un centinaio finora quest'anno tra franchisor (72) e sponsor, che da metà febbraio a fine settembre riceveranno richieste di contatto mirato. A marzo e a settembre (19-20) per gli aspiranti franchisee sarà anche possibile interagire e partecipare a corsi (webinar) e convegni, chattare e fare videochat con gli espositori. Ma cosa distingue questa

fiera online dai numerosi siti del settore, come Be the boss e Clicca franchising? «Il nostro sistema fa matchmaking: filtra le richieste e porta avanti solo quelle con almeno il 70% di compatibilità», spiega Italo Bussoli, segretario generale di Assofranchising. Mentre proprio il sito Be the boss, insieme a Quickfairs® organizza il 25-26 maggio la terza edizione di Franchising Nord a Piacenza, dove gli aspiranti franchisee arrivano da tutta Italia.

G.F.

