

# Più donne e fatturati il franchising vede rosa due volte

ROSARIA AMATO

I dati sul 2020 di Assofranchising evidenziano che, nonostante le chiusure, c'è stata una crescita delle vendite del 3,5%, delle reti e anche dell'occupazione femminile

**N**ell'anno del Covid il franchising si è rivelato quasi un settore anticiclico, e non solo perché non ha avuto crolli vertiginosi di fatturato e occupati, al contrario anzi, ma anche perché si è rivelato un comparto a misura di donna in un momento in cui la maggior parte dei posti di lavoro persi sono al femminile.

Il giro d'affari, secondo il Rapporto Annuale di Assofranchising, supera di poco i 27 miliardi di euro, con una crescita del 3,5%. In aumento anche il numero di punti vendita affiliati in Italia (più 1,3%), leggermente in calo invece quelli in franchising all'estero (meno 2,9%), anche se le reti con sede all'estero, che operano in Italia solo tramite franchisee, crescono del 3,4%. Cresce anche il numero di addetti nel sistema franchising (più 4,8%) e la media di occupati per punti vendita che, in Italia, salgono del 5,2%. Un anno più che soddisfacente dunque, nonostante il crollo dell'economia causato dalla diffusione del Covid e dalla chiusura di molte attività produttive. «Credo che il motivo principa-

le della tenuta del franchising - osserva Alberto Cogliati, segretario generale di Assofranchising - sia nella sua cultura e nella struttura delle attività economiche, che si organizzano nel territorio nazionale in rete. Significa stesso metodo, stessi prodotti, e in momenti di mercato

complessi come questo rappresenta una garanzia».

Inoltre il franchisor, sottolinea Cogliati, cioè il titolare del marchio e dei prodotti, «interviene a sostegno degli affiliati con una serie di servizi», e quindi anche questo conta nei momenti di crisi, quando magari bisogna ripensare le attività in funzione di una particolare congiuntura.

Il risultato di questa organizzazione compatta e di supporto della rete degli affiliati è stato che «il mon-

do del franchising grazie alla pandemia ha avuto una grandissima accelerazione, e oggi in molti stanno aprendo nuove sedi per allargare il proprio network, il clima è molto positivo e ci permetterà di tornare molto prima di quanto si sarebbe

potuto immaginare ai livelli pre-Covid, credo che il gap verrà colmato entro la prossima primavera», conclude Cogliati.

L'aumento dell'occupazione, anche questo in direzione anticiclica visto che i dati Istat parlano di 900 mila posti di lavoro persi in Italia nel 2020, nonostante il blocco dei licenziamenti, è di particolare interesse perché include una quota femminile di tutto rispetto. Cresce infatti il numero delle imprenditrici rispetto al 2019, portando la percentuale al 38,1%, superiore al dato nazionale delle donne titolari di imprese, che si attesta al 21,9%. «Credo che l'anno scorso, a fronte di numeri raccapriccianti di donne che perdevano il lavoro, in molte abbiano deciso di mettersi in proprio, e che in tante abbiano optato per il franchising. - riflette Cogliati - Da un lato infatti si tratta di una modalità che permette di avere una vita extralavorativa soddisfacente, di regola il marchio garantisce una certa serenità nei ricavi. Inoltre oggi il si-

stema bancario non è molto ricettivo soprattutto nel caso delle donne: il fatto che si tratti di un franchising, e che quindi il progetto d'impresa abbia già superato una prima fase di screening, garantisce maggiori possibilità di finanziamento». A confermare i vantaggi di questo sistema d'impresa anche Beatrice Corradini, business owner di Mail Boxes Etc. a Mantova, e a capo di un team di 40 persone, metà delle quali donne in posizioni strategiche grazie anche all'introduzione di politiche di welfare che consentono di stabilire un equilibrio tra vita privata e lavoro: «È quello che dico sempre: diventare imprenditore attra-

verso l'affiliazione commerciale è come lanciarsi nel vuoto con il paracadute». Da quando ha avviato il suo primo Centro MBE in franchising nel 2003, ha ampliato la rete con altri 4 punti vendita tra Mantova e Verona e, nel prossimo futuro,

ha in programma lo sviluppo della rete in nuove aree, forte anche di una crescita a doppia cifra negli ultimi quattro anni.

Ultimo elemento controcorrente che emerge dal Rapporto Assofranchising: è il Mezzogiorno l'area del Paese che nel 2020 ha garantito maggiore redditività. Il Nord-Ovest è al primo posto per numero di franchisor (312) pari al 36,8% (in testa la

Lombardia, seguito dal Sud (182) pari al 21,5% (quota in crescita l'anno scorso), dal Nord-Est pari al 20,9% e infine dal Centro, pari al 20,8%. Guardando ai settori, l'abbiagliamento ha subito un modesto calo, mentre il comparto che è andato meglio è quello dei servizi, che ha risentito meno delle restrizioni legislative imposte dal governo per fronteggiare la pandemia. I cali maggiori si sono registrati per il settore ristorazione e per quello del benessere della persona. «Negli ultimi 5 anni il franchising ha consolidato gli indicatori dal punto di vista del fatturato (+13,1%), dei punti vendita (12,7%) e del flusso occupazionale generato (+16,5%). Negativi sono i dati relativi al numero delle insegne operative che diminuiscono del -7,7%, causa Covid-19», sintetizza Italo Bussoli presidente di Assofranchising.

Ma come si diventa franchisee, cioè gestore di un'attività in franchising. L'investimento iniziale nella maggior parte dei casi è inferiore ai 100 mila euro, stima il rapporto. E nel 2020, date le difficoltà, sono emersi anche gli scontri. Circa il 73% dei contratti ha una durata compresa tra i 3 e i 5 anni, ma stanno aumentando anche quelli tra i 7 e i 10.

© RIPRODUZIONE RISERVATA