



Nel SEGNO della continuità

Intervista a Dario Baroni, nominato Presidente di Assofranchising per il prossimo triennio. Amministratore Delegato di McDonald's Italia, ci ha parlato di sfide, obiettivi e passi già compiuti per migliorare lo sviluppo delle reti degli associati e far crescere il settore.

78

LA PAROLA ALLE
ASSOCIAZIONI

"Ringrazio il Consiglio di Assofranchising per la fiducia che mi ha accordato e il mio predecessore Italo Bussoli per il percorso intrapreso, che sono orgoglioso di poter proseguire con entusiasmo e determinazione. Credo che il comparto del franchising in Italia abbia grandi potenzialità di sviluppo e, anche nel post pandemia, si è dimostrato un settore particolarmente resiliente sia per giro d'affari che per nuove opportunità di occupazione. Un segnale importante per ampliare la rete dei player, competere sullo scenario internazionale e continuare nella trasformazione di AIF

come erogatrice di servizi più mirati su ogni singola linea di business". Questo il commento di Dario Baroni all'indomani della sua nomina come Presidente di Assofranchising per il prossimo triennio. Amministratore Delegato di McDonald's Italia, dopo una laurea a Pisa in Ingegneria Chimica, Baroni ha iniziato la sua esperienza professionale in Procter & Gamble nel Marketing, nella Ricerca e Sviluppo e nelle Vendite, in Italia e all'estero. Successivamente ha lavorato in Vodafone con ruoli di crescente responsabilità, fino alla nomina a Marketing Director



Dario Baroni
Nuovo Presidente di Assofranchising

della Consumer Business Unit per approdare in McDonald's nel 2016 come Chief Marketing Officer. Nel 2018 ha assunto la responsabilità dei ristoranti per l'area Sud e nell'autunno del 2020 è stato nominato Vice President con responsabilità su Strategia, Field Service, Marketing, Development e Construction. È alla guida dell'azienda con il ruolo di CEO da agosto 2021.

Qual è stata la sua prima reazione dopo essere stato nominato presidente di Assofranchising?

Mi sono sentito onorato di aver ricevuto questo importante incarico, ma anche molto consapevole delle sfide che attendono il settore. **Durante la pandemia, e come dimostrato dal Rapporto AIF 2022 che il centro di ricerca Nomisma ha realizzato per noi, il comparto del**

“

I nostri associati chiedono un maggiore accesso al credito, servizi di somministrazione del personale più efficaci, disponibilità di analisi strategiche di mercato e servizi assicurativi.

”

franchising ha mostrato segni incoraggianti con un fatturato complessivo che ha superato nel 2021 i 28 miliardi di euro e ha visto una crescita dei punti vendita del +4,7% rispetto al 2020. L'attuale contesto economico e sociale ci pone di fronte a tante sfide, ma sono sicuro che sapremo fare il possibile per mitigare gli impatti.

Quali sono i primi passi che intende compiere e con quale obiettivo?

Il nostro obiettivo è quello di consolidare e far crescere la base associativa. Abbiamo stretto, e continueremo a stringere, partnership strategiche in modo da poter offrire ai nostri associati servizi all'avanguardia che consentano loro di essere sempre più competitivi sul mercato. **Confermiamo il nostro impegno nel portare avanti l'attività di advocacy che ci ha portato recentemente a raggiungere un grande risultato con il DDL concorrenza a tutela del settore del franchising.**

Quali sono le principali esigenze degli associati?

Abbiamo fatto un grande lavoro di scouting per comprendere sempre meglio i bisogni dei nostri associati e tra le principali necessità emerse, su cui stiamo lavorando, sono presenti **un maggiore accesso al credito, servizi di somministrazione**



Dario Baroni durante lo speech all'evento Capovolgimento organizzato da Assofranchising

80

LA PAROLA ALLE
ASSOCIAZIONI

del personale più efficaci, disponibilità di analisi strategiche di mercato e servizi assicurativi. Attualmente il nostro settore si trova a dover affrontare ulteriori nuove sfide. L'inflazione che ha raggiunto i livelli record dell'8 per cento e che si ripercuote direttamente sugli affitti (adeguamento Istat), unita alla crescita dei costi dell'energia e al rincaro delle materie prime, stanno avendo impatti sulla sostenibilità economica delle aziende. Per questo, insieme a Confcommercio stiamo dialogando sul tema dell'inserimento di un Cap agli affitti per contrastare gli adeguamenti Istat. Non dobbiamo dimenticarci che il comparto del franchising è composto anche da piccoli imprenditori che ope-

“

Credo che investire nell'innovazione tecnologica e nel reclutamento e formazione di personale qualificato sia la chiave per consentire un maggiore sviluppo della rete dei punti vendita

”

rano in diverse geografie e che si trovano di fronte a un contesto senza precedenti.

In qualità di Amministratore Delegato Italia di una delle più importanti catene internazionali in franchising, quali pensa che siano le prospettive di questa formula in Italia?

Quella della ristorazione rappresenta una delle voci più significative per il settore, con un giro d'affari di oltre 3 miliardi e 160 reti attive in tutto il territorio. Nonostante la complessità del contesto in cui ci troviamo, credo che il franchising possa contare sulla forza e resilienza della rete e dei brand e su un modello che mette a disposizione delle persone che decidono di intraprendere la sfida imprenditoriale, competenze specializzate per una gestione ottimale della propria attività.

Che cosa servirebbe, secondo lei, per permettere al franchising di esprimere tutto il suo potenziale anche nel nostro Paese?

Credo che investire nell'innovazione tecnologica e nel reclutamento e formazione di personale qualificato sia la chiave per consentire un maggiore sviluppo della rete dei punti vendita. **Il grande punto di forza del modello di business del franchising sta nella capacità di accogliere e adattarsi ai cambiamenti e di evolvere continuamente a seconda dello scenario e delle esigenze del consumatore.**

E.D.