



DARIO BARONI:

## “LA RISTORAZIONE IN FRANCHISING VALE ORMAI 3,2 MILIARDI”

IL PRESIDENTE DI ASSOFRANCHISING FA IL PUNTO SU UN MODELLO DI BUSINESS SEMPRE PIÙ DIFFUSO (61MILA PUNTI VENDITA NEL 2022 E 30,9 MILIARDI DI FATTURATO) E STRUTTURATO (GRAZIE AL FENOMENO MUMBO) CHE SI PREPARA AL SALONE FRANCHISING 2023.

Il mondo del **commercio in affiliazione** è in fermento e arriva all'appuntamento del **Salone Franchising** dopo aver raggiunto lo storico **fatturato di 30,9 miliardi** di euro nel 2022, +7% rispetto all'anno precedente. Questo non solo a causa dell'aumento in termini assoluti dei **punti vendita (61.162, +2,2% sul 2021)** ma anche per una nuova fase di questa metodologia di gestione dei locali che si fa sempre più strutturata, organizzata e capillare. Detto diversamente, «**il franchising si conferma un modello vincente**. La pandemia ha contribuito ad accelerare nuovi processi e ha portato gli imprenditori a rivedere il proprio business adattandosi con versatilità al mutato contesto. Nonostante un anno caratterizzato da una congiuntura economica complicata, la crescita del **comparto, che vale l'1,6% del Pil, non si è arrestata**», afferma **Dario Baroni, presidente di Assofranchising**.





### Salone Franchising, al via la 36° edizione

Negli spazi di Allianz-MiCo a Milano, dal 19 al 21 ottobre, il Salone Franchising ospiterà oltre 100 insegne partecipanti e più di 30 speaker che animeranno il main stage e il palinsesto di workshop e approfondimenti. Il tutto mentre il settore viaggia verso un'ulteriore crescita del giro d'affari intorno al +3% a fine anno. Un dato che testimonia la resilienza e la flessibilità del modello di business che, dopo le secche del Covid, è stato veicolo di rilancio per diversi settori. Ristorazione compresa, come testimoniano i marchi presenti: McDonald's, La Bottega del Caffè, I Love Poke, Befed, La Yogurteria, Doppio Malto, ecc. Uno spazio importante sarà dedicato alla formazione. Tra le iniziative in programma, infatti, c'è un'Area Academy dedicata a coloro che si affacciano per la prima volta al settore ma anche ai professionisti in cerca di spunti innovativi.

### In tutto questo, quanto vale la ristorazione?

Il fuoricasa in franchising ha superato ormai i 3,2 miliardi di euro.

### Che novità dovremmo attenderci al Salone Franchising 2023?

Innanzitutto, parliamo di un grande ritorno. L'alto numero di adesioni testimonia il bisogno per imprenditori e professionisti di un momento di networking e confronto dove poter inquadrare nuovi trend e comprendere le sfide di un settore sempre in evoluzione. Sarà un salone dal respiro nuovo e internazionale grazie alle partnership concordate a livello europeo. In Italia si sentiva il bisogno di eventi fieristici perché fuori dai confini nazionali manifestazioni di questo tipo funzionano e vedono la partecipazione sia dagli addetti ai lavori sia da un pubblico più generalista. Credo che questo Salone sia un modo per avvicinare tutte quelle persone che vedono nel franchising un modello di imprenditorialità che consente di inseguire le proprie passioni, un modello sicuro e stimolante.

### La legge sul franchising è del 2004. È ancora attuale oppure andrebbe ritoccata?

Assofranchising è stata, nel 2004, promotrice di quella legge che ad oggi gode ancora di un'ottima salute. Se il franchising è un modello di business virtuoso e performante è anche grazie a questa legge che stabilisce un



## CHI È DARIO BARONI

Laureato in Ingegneria chimica a Pisa, **Dario 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 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 presidente con responsabilità su strategia, field service, marketing, development e construction. È alla guida dell'azienda con il ruolo di ceo da agosto 2021. Da giugno 2022 è presidente di Assofranchising.

buon equilibrio tra le due componenti del sistema: franchisor e franchisee. Ed è attraverso essa che oggi riusciamo a portare avanti la nostra attività di advocacy e a sostenere al meglio i nostri associati.

### Consigli per un brand che vorrebbe avviare il progetto franchising?

Credo ci sia un importante suggerimento da dare a chi si avvicina a questo modello di business: l'unicità nel lanciare il proprio progetto imprenditoriale. A tutti i futuri franchisor consiglio di non concentrarsi solo sulla presenza o meno di competitor ma focalizzandosi sulle proprie dinamiche distintive, osservando in modo strutturato le dinamiche di mercato e l'evoluzione dei consumatori nel lungo periodo.

### E per chi vorrebbe affiliarsi?

Partiamo dalla zona dove sviluppare la nuova attività imprenditoriale. Se c'è un punto fermo nel franchising è proprio quello di scegliere la giusta area di riferimento. Il secondo consiglio è quello di seguire le proprie passioni, perché non c'è modo migliore di esercitare un'attività imprenditoriale che farlo con entusiasmo e curiosità. Infine, consiglio di valutare bene il range di investimento in relazione alle proprie possibilità economiche attuali e ad un eventuale e possibile accesso al credito futuro.

### Nel panorama italiano, soprattutto nel fuoricasa, cresce la presenza dei franchisee multi brand che gestiscono diversi punti vendita (MUMBO). Che giudizio di questo fenomeno?

Il franchising multi-brand è un modello che consente migliori performance e una maggiore organizzazione e pianificazione finanziaria. È proprio questo fattore competitivo ad averne determinato la crescita. Ad oggi sono quasi 7 su 10 i franchisor che hanno multi-affiliati e il numero è destinato a crescere. Un modello che funziona, come testimoniano i dati, anche se non possiamo non considerare l'evoluzione del nostro mondo derivante dall'autoimpiego. Lo scorso anno sono uscite dal mercato del lavoro 750.000 persone (+30% rispetto all'anno precedente, ndr). Il modello di business del franchising è una possibile soluzione per avviare progetti imprenditoriali e ripartire. ♦