



Franchising

Affiliazione fa rima con ristorazione

L'ultimo rapporto di Assofranchising parla chiaro: le catene del foodservice crescono, fatturano quasi 2,5 miliardi di euro e danno lavoro a 36.000 addetti in 3.800 punti vendita

Si rinnova l'appuntamento con il Rapporto Assofranchising Italia - Strutture, Tendenze e Scenari, la storica rilevazione del franchising italiano che raccoglie i dati, le statistiche, le tendenze e gli approfondimenti del settore.

Dallo studio emerge chiaro un trend: ovvero la crescita del numero di nuove insegne Franchisor (950 nel 2016) e quello dei punti vendita in Franchising attivi (+1,1%) ma soprattutto un giro d'affari in netta ripresa (+2,7%), e quasi 200.000 addetti occupati. Questo il quadro sintetico di tutto il retail (food compreso) in affiliazione. La formula dunque, piace e funziona almeno per la capacità di saper intercettare e sostenere la ripresa dei consumi. Un successo dunque, di fronte al perdurare dell'attuale recessione economica. È proprio inquadrando i risultati dell'osservatorio tenendo conto del contesto socio economico italiano e dello stato di stagnazione dei consumi che la crescita di fatturato del settore (+2,7% 2016 vs 2015) acquista valore come anche il proliferare dei punti vendita (+1,1% 2016 vs 2015).

Secondo il rapporto Assofranchising, crescono anche le reti (+0,3%) e gli italiani si affacciano sui mercati esteri con più convinzione (+3%). A beneficiare dello sviluppo è anche l'occupazione, aumentata di 7.415 unità (+3,9%), come anche la media degli occupati per punto vendita che si attesta 2,9 addetti. A livello territoriale il franchising cantine uno sviluppo tutto sommato omogeneo. Il Nord-Ovest primaggia per numero di franchisor (35,7% del totale) contro il 19,2% del Nord-Est, il 23,2% del Centro e il 22% di Sud e Isole. Fra le regioni più dinamiche c'è la Lombardia con 8.237 pdv in franchising seguita dal Lazio (5.889) la Sicilia (4.362) e il Piemonte (4.349). Fanalino di coda nella classifica per regioni la Valle d'Aosta con 227 pdv.

La spinta del foodservice

L'abbiamo già detto in apertura, ma vale la pena sottolineare che la ristorazione commerciale è fra i servizi che più sono cresciuti in rete. La parte del leone in questo segmento la fa il settore della GDO food-alimentari, che incide sul giro d'affari di tutte le reti per il 32,18%, pari a 7.7 miliardi di euro di fatturato.

Ma in seconda posizione nel ranking per settore c'è la ristorazione rapida (pizzerie e caffetterie) con il 7,49% del mercato franchising in Italia per un fatturato di 1,79 miliardi di euro. Interessanti ma più modeste le performance di ristoranti a tema e pub (334 milioni di fatturato) e quelle di ge-

laterie yogurterie e chioschi con 222 milioni di fatturato. Dal punto di vista gestionale si può dire che il modello organizzativo del franchising sta funzionando dimostrando la flessibilità necessaria per rispondere ad un mercato oggi fortemente orientato verso il miglior rapporto qualità prezzo di prodotti e servizi.

Principali indicatori del sistema Franchising in Italia anni 2015 e 2016

Indicatori	U.d.m.	Anno di riferimento		Differenza 2016 su 2015	
		2015	2016	Val. Ass.	Val. %
Insegne Franchisor operative in Italia	Nr.	947	950 ¹	+ 3	+ 0,3%
Giro d'affari	Mld €	23,306	23,930	+ 0,624	+ 2,7%
Punti vendita in Franchising in Italia (pvf)	Nr.	50.185	50.720	+ 535	+ 1,1%
Addetti occupati nelle reti (pvf) compreso il Franchisee	Nr.	187.888	195.303	+ 7.415	+ 3,9%
Insegne italiane all'estero*	Nr.	164	169	+ 5	+ 3,0%
Punti vendita italiani all'estero in Franchising*	Nr.	8.187	7.871	- 316	- 3,9%
Master di Franchisor stranieri in Italia	Nr.	58	61	+ 3	+ 5,2%
Reti straniere operanti in Italia con soli Franchisee ma sede legale in altro Paese	Nr.	29	30	+ 1	+ 3,4%
Dimensione media delle reti in Italia (calcolata solo per i punti vendita Franchising)	Nr.	53,0	53,4	+ 0,4	+ 0,7%
Dimensione media delle reti italiane all'estero (calcolata solo per i punti vendita Franchising)	Nr.	49,9	46,6	- 3,3	- 6,7%
Media occupati per punto vendita in Franchising.	Nr.	3,74	3,85	+ 0,11	+ 2,9%

*sono state considerate solamente le reti italiane all'estero con almeno 3 punti vendita in franchising

Fonte: Rapporto Assofranchising Italia 2016 - Strutture, Tendenze e Scenari. A cura di Assofranchising in collaborazione con l'Osservatorio Permanente sul Franchising.