



Franchising, cresce l'interesse per il fenomeno multi-unit



Da sin. Marco Barbieri, Segretario generale Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza; Alberto Cogliati, segretario generale di Assofranchising, e Dario Baroni, presidente Assofranchising

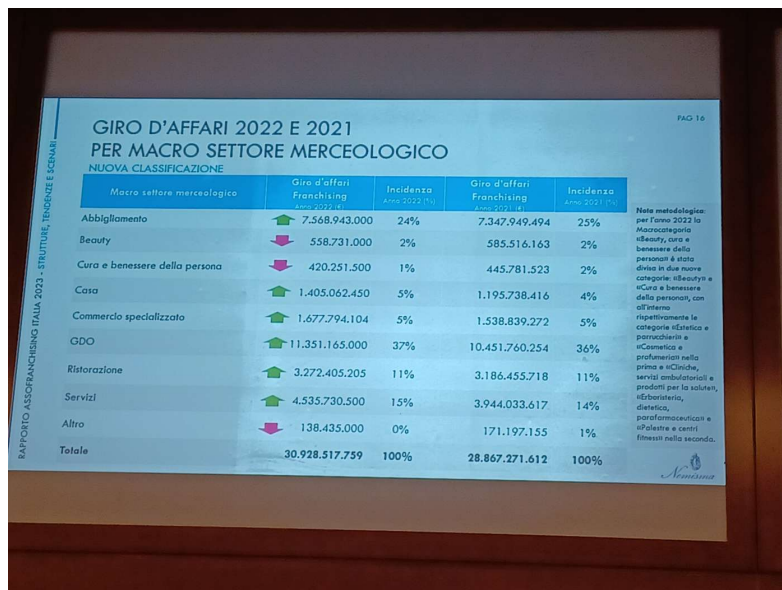
Secondo il nuovo Rapporto Franchising, presentato da Nomisma, 7 franchisor su 10 hanno multi-affiliati, cioè i franchisee possono operare con più negozi in un'area prestabilita

La presentazione del Rapporto di Assofranchising sullo stato dell'arte dell'affiliazione in Italia, curato da **Nomisma**, ha fornito -in aggiunta a una fotografia quantitativa del settore, alcuni spunti di riflessione sull'importanza del franchising come "porto sicuro" per l'imprenditore, secondo l'espressione usata da **Dario Baroni**, che, oltre a presidente di **AIF-Assofranchising**, è anche ceo di **McDonald's**, il più grande franchisor di ristorazione in Italia e fra i primi nel mondo. È un "porto sicuro" sia per l'imprenditore destinatario della proposta (il *franchisee*) sia per il brand concedente (*franchisor*) che propone una capacità di investimento continuativo in comunicazione e formazione spesso non avvicinabili dal singolo franchisee. Altro aspetto non meno importante è rappresentato dalle opportunità professionali soprattutto per le aspiranti imprenditrici. Lo stesso Dario Baroni, in un'occasione precedente a questa, ha sottolineato il ruolo trainante delle donne nello sviluppo affiliativo di McDonald's.

Ma passiamo a enucleare alcuni dati chiave del Rapporto Franchising. Le reti attive sul territorio italiano nel 2022 sono **923**, il 97% del totale. Il giro d'affari (**30.928 milioni** di euro) è aumentato del 7,1%.

La Gdo e l'abbigliamento sono i comparti (o macrosettori) più importanti con un'incidenza del 37% e del 24% sul giro d'affari totale del mercato franchising, e sono in crescita rispetto al 2021 come d'altronde la ristorazione (11%).

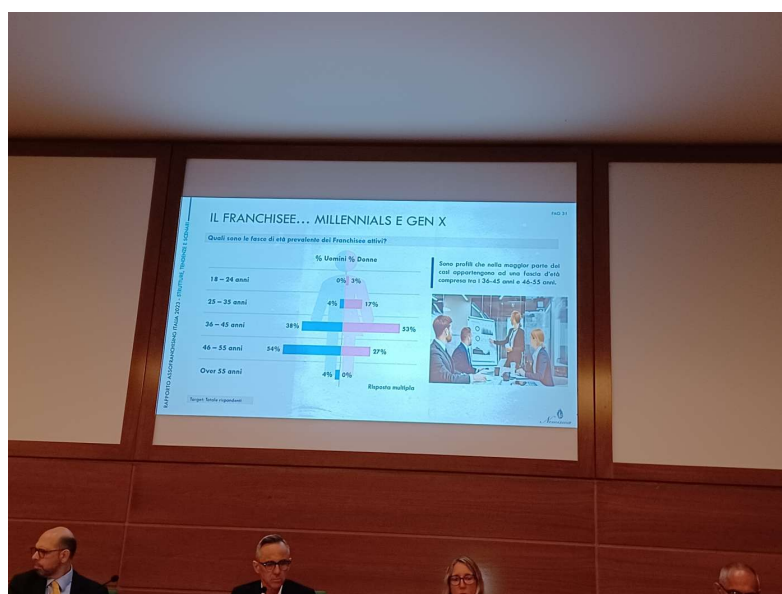




Secondo **Nomisma** le previsioni per il 2023 vedono addirittura la ristorazione (+5,1%) crescere più della Gdo (+2,4%) tanto quanto il beauty e un po' meno del commercio specializzato (+6,9%). Nel 2023 il giro d'affari totale del settore si prevede possa crescere del 3%.

Il nord-ovest e il Nord-est del Paese rappresentano il 74% del giro d'affari del franchising con tendenza alla crescita nel Nord-est. Il franchisee è Millennial o Gen X

I franchisee attivi sono profili che appartengono nella maggior parte dei casi a una fascia d'età compresa tra 36-45 anni e 46-55 anni. nella fascia 36-45 anni c'è una forte componente femminile (53% dei franchisee rosa) come anche nella fascia 25-35 anni (17% vs 4% azzurri).



Molto interessante è il rafforzarsi della tendenza al fenomeno dei **multi-affiliati**.



L'incidenza media di questa categoria sul totale franchisee è il 34%, ma 7 franchisor su 10 hanno multi-affiliati, cioè i franchisee hanno il diritto di operare con più punti di vendita all'interno di un'area prestabilita.

Ammonta a quasi il 90% il numero di franchisor che prevedono l'apertura di nuovi punti di vendita (la media è 14 pdv da aprire nel 2023) e il piano delle aperture nel prossimo triennio prevede nuovi franchisee (80%), franchisee multi-unit (55%) ma anche franchisee multi-brand (35%).

FRANCHISING: I PDV PER CATEGORIA Pdv (n.) % su n. totale Abbigliamento 14.881
24 Commercio specializzato 8.321 14 Gdo 8.127 13 Servizi 17.373 28 Ristorazione
4.435 7 Beauty 2.740 4 Casa 2.663 4 Cura e benessere della persona 1.684 3 Altro 938
2 Totale 61.162 100

Fonte: Osservatorio Assofranchising-Nomisma

