

# “Missione fiducia”

*Intervista ad Alberto Cogliati, nuovo Segretario Generale di Assofranchising, l'associazione storica del settore che compie cinquant'anni. Ecco quali sono i nuovi obiettivi, in un momento di forte evoluzione del mercato.*

**“L**i ho chiamati tutti, a uno a uno, in videocall quando possibile. Perché volevo vedere il volto degli imprenditori e delle imprenditrici che hanno scelto Assofranchising come l'associazione che meglio può rappresentare e supportare le loro reti”. Esordisce così **Alberto Cogliati, nuovo segretario generale di Assofranchising, realtà storica del settore che si rivolge solo ai franchisor e che quest'anno taglia il traguardo del mezzo secolo di vita.** “Perché vede – prosegue Cogliati – oggi più che mai, la qualità dei servizi che una organizzazione offre



*Alberto Cogliati,  
Segretario Generale  
di Assofranchising.*

**“**La qualità oggi è un obbligo, il vero valore aggiunto è il patto di fiducia tra i membri di una organizzazione**”**

## LA PAROLA ALLE ASSOCIAZIONI

ai suoi membri è un obbligo. Il vero valore aggiunto è il patto di fiducia che si deve sapere instaurare e poi coltivare. Ed è anche per questo che la prima azione a cui ho pensato dopo il mio insediamento è stata quella di avere da subito un contatto diretto con i soci, per coglierne esigenze, umori, aspettative”.

**Il nuovo segretario generale ha vissuto per cinque anni Assofranchising dall'interno, in qualità di responsabile gestione e sviluppo franchising di Engel & Völkers, network di agenzie immobiliari di pregio, entrando a far parte anche del consiglio direttivo. Precedentemente ha svolto la sua attività professionale nel settore finance.** Inevitabile, e peraltro coincidente con la mission del suo nuovo mandato, un approccio aziendale all'associazione stessa. *“Il mio obiettivo, condiviso naturalmente con la presidenza – spiega – è fare evolvere l'associazione anche con un approccio manageriale e pragmatico, che guardi anche ai ricavi”.*

**Come si declinerà questo target dal punto di vista strategico?**

**Il primo passo sarà fidelizzare gli associati, ampliando la gamma di servizi che già offriamo e la squadra di partner che sono con noi.** Non solo, li coinvolgeremo in modo più attivo e partecipato a tutte le attività dell'associazione, con webinar, focus group, incontri dedicati. Il **secondo step** è allargare la base associativa e per fare questo lavoreremo molto sulla brand awareness e sulla visibilità di Assofranchising, utilizzando tutti gli strumenti a nostra disposizione, tradizionali e innovativi.



ASSOFRANCHISING  
ASSOCIAZIONE ITALIANA FRANCHISING

Assofranchising riunisce solo i franchisor ed è l'associazione storica del settore, nata nel 1971.

**Quali operazioni metterete in campo per essere attrattivi verso altre insegne?**

*“Dobbiamo guardare all'esterno e aprirci forse come non abbiamo mai fatto. Il rischio da evitare per ogni organizzazione che vuole crescere è diventare autoreferenziale. Per questo abbiamo già messo in atto una serie di azioni che ci permettano di raggiungere operatori paradossalmente guardando oltre il nostro settore. Il franchising è una formula dell'economia moderna a cui, specialmente in momenti come questo, le persone guardano con più curiosità e interesse. Nostro compito è farla conoscere in quegli ambienti dove può essere una risorsa ancora poco nota ma appetibile anche per potenziali franchisee. E ancora,*

*diventare sempre più autorevoli e rappresentativi per fare sentire le nostre esigenze presso le istituzioni”.*

**Durante gli incontri one to one con i soci, che umore ha rilevato? Mi riferisco soprattutto all'impatto della pandemia sulle attività di impresa.**

Ho trovato persone che nonostante le difficoltà non mollano, che non si sono mai fermati, che durante la pandemia hanno reinventato il proprio business. **Sono imprenditori e imprenditrici abituati a guardare al mercato e alle sue leggi, a sentirsi sulle spalle anche la responsabilità dei franchisee.** Capitani coraggiosi, nonostante tutto.

E. D.