



RAPPORTO ASSOFRANCHISING tra presente e futuro

La crescita in termini di fatturato, punti vendita e occupati parla di un settore in salute. Nel 2028 un'azienda su due utilizzerà l'intelligenza artificiale, segno che l'innovazione entra nel mondo dell'affiliazione.

52

FOCUS

Continua a crescere il giro d'affari del franchising italiano, che nel 2023 segna un +9,9% rispetto al 2022, sfiorando quota 34 miliardi di euro e con un peso dell'1,8% sul Pil nazionale. Crescono anche i punti vendita (+7,6%, con un ritmo più veloce, dunque, del +2,2 registrato nel 2022) e gli addetti, mentre diminuiscono di 25 unità le insegne complessivamente attive, segno di una tendenza alla razionalizzazione in corso del settore. **L'affiliazione a un franchisor si conferma, dunque, come un modello di business opportuno in grado di offrire un rapido posizionamento strategico riducendo al tempo stesso rischi d'impre-**

sa e incertezze. Sono queste le principali tendenze che emergono dal Rapporto Assofranchising Italia 2024 - Strutture, Tendenze e Scenari realizzato da Nomisma e Assofranchising, marchio di rappresentanza del franchising italiano aderente a Confcommercio-Imprese per l'Italia.

I numeri che confermano la crescita

Le reti di franchising attive nel Paese sono 929 (895 delle quali italiane), 25 in meno rispetto al 2023 (-2,6%). I punti vendita sono 65.806 (+ 4.644 sul 2022), gli addetti occupati sono 287.767 (+34.919 in un anno). La crescita dipende soprattutto dagli

investimenti realizzati per coinvolgere nuovi franchisee, in particolare da parte dei grandi brand, e per la creazione di nuove insegne. Il fatturato è stimato in crescita anche per il 2024 (+4,3% di media e alcuni settori per i quali si prevede addirittura un aumento a doppia cifra come, ad esempio, il comparto cura e benessere della persona con +10,3%). **Tra i settori con le migliori performance si confermano la grande distribuzione, che pesa per il 36% del fatturato totale nazionale, l'abbigliamento e i servizi.** Il settore più rappresentato in termini di punti vendita è quello dei servizi (29%), seguito da abbigliamento (22%), commercio specializzato (16%) e grande distribuzione (14%). *"Il Rapporto parla chiaro e ci racconta un comparto vitale, capace di generare nuove risorse per tutto il Sistema Paese e il cui valore sta anche nel generare relazioni tra settori economici differenti e professionisti che vi operano all'interno. Il franchising si conferma un comparto capace di rendere competitivo il Paese generando risorse e occupazione"* dichiara **Alberto Cogliati, Presidente di Assofranchising.**

La Lombardia fa da traino

Il 42% del giro d'affari in franchising è concentrato nel Nord-Ovest e il 33% nel

“

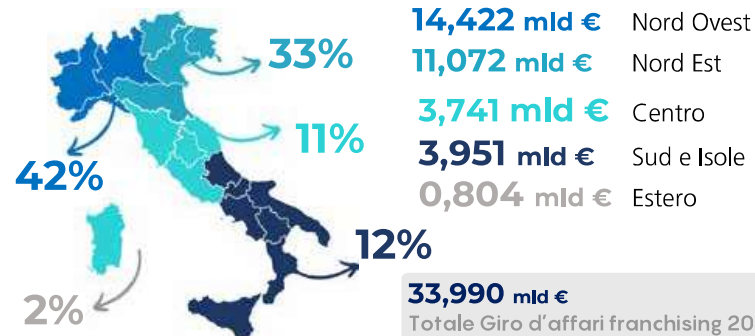
I brand che restano impressi nella mente dei consumatori hanno saputo trasformare i propri investimenti in nuovi punti di vendita in franchising. Parallelamente, nascono nuove insegne che si affacciano al mercato trasversalmente ai settori: dice Roberta Gabrielli, Head of Marketing and Business Processes di Nomisma.

”

Nord Est; solo l'11% nel Centro e il 12% nel Sud e Isole. **Le regioni più rappresentate** in termini di punti di vendita sono Lombardia (15%), Lazio (10%), Campania, Piemonte ed Emilia Romagna (8% ciascuna). **L'investimento iniziale che il franchisee deve**

Giro d'affari per area geografica dei franchisor

Giro d'affari per macro area geografica, considerando la sede legale dell'impresa franchisor



Rapporto Assofranchising Italia 2024 - Strutture, Tendenze e Scenari

53

FOCUS

Il franchising in Italia per settore

La rete per settore 2023

Settore merceologico	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud-Isola	Reti estere	Totale 2023	Incidenza %
Abbigliamento	57	34	26	41	8	166	18%
Beauty	27	5	14	11	4	61	7%
Cura e benessere della persona	16	6	10	7	1	40	4%
Casa	11	15	8	5	-	39	4%
Commercio specializzato	40	22	28	27	1	118	13%
GDO	18	9	3	7	1	38	4%
Ristorazione	66	47	24	38	5	180	19%
Servizi	97	42	53	50	13	255	27%
Altro	12	2	7	10	1	32	3%
Totale	344	182	173	196	34	929	100%

Rapporto Assofranchising Italia 2024 - Strutture, Tendenze e Scenari

sostenere per intraprendere l'attività in rete supera in media i 110.000 euro a causa dell'inflazione che ha caratterizzato il biennio 2022-2023 e dell'inserimento di nuove insegne con attività di insediamento più impattanti.

L'effetto moltiplicatore del franchising

Sono 8 su 10 i franchisor che hanno multi affiliati, ovvero franchisee con il diritto di operare con più di una unità o un punto vendita all'interno di un'area prestabilita.

L'intelligenza artificiale sempre più protagonista

Il rapporto Assofranchising Italia 2024 dedica un ampio focus alle nuove tecnologie

impiegate nel settore, con particolare riferimento all'Intelligenza Artificiale: al momento solo il 19% degli intervistati dichiara di utilizzare quest'ultima nei propri processi aziendali, mentre il 27% la impiega sporadicamente. **Comunicazione, marketing e CRM sono gli ambiti in cui l'AI viene utilizzata più frequentemente** (84%), seguita da sicurezza informatica (34%), produzione (33%) e logistica (23%). La tendenza è comunque in aumento e la stima è che entro il 2028 l'AI sarà utilizzata da un'azienda su due perché considerata uno strumento utile per innovare e creare vantaggio competitivo, nell'automazione dei compiti ripetitivi e nella personalizzazione dei servizi e dei prodotti. Alberto Cogliati, Presidente di Assofranchising, spiega: "Dall'indagine emerge chiaramente la

UNO SGUARDO ALL'AMBIENTE

Per quanto riguarda l'attenzione agli indicatori ESG (impegno sociale, ambientale e buone pratiche di governance), l'87% delle imprese attive nel franchising ha realizzato almeno un'azione per ridurre il proprio impatto ambientale e l'86% ha adottato almeno una procedura o policy relativa ai temi sociali. Nel 76% dei casi, tuttavia, manca ancora in azienda uno specifico referente per i temi ESG.

volontà del settore di guardare al futuro scommettendo su tutte e tre le sfide ESG e su una **capacità gestionale innovativa** in cui l'intelligenza artificiale può fare la differenza nel facilitare i processi e le operazioni. Ritengo però che l'intelligenza umana e la capacità di creare relazioni tra le reti e con i clienti rimarranno sempre il carattere distintivo di ogni brand che opera in franchising".

La parola a Nomisma

Roberta Gabrielli, Head of Marketing and Business Processes di Nomisma, aggiunge: "In un contesto di crescita che guarda all'ottimizzazione dei processi e al consolidamento della rete, il modello di business del franchising si conferma solido sotto il cappello della razionalizzazione. In un mercato concorrenziale la miopia nei confronti del cliente può portare a conseguenze indesiderate; che si tratti di nuovi brand o storici, il successo risiede in un'attenta

“

I franchisee continuano ad essere in maggioranza uomini (61%) con una percentuale di donne (il rimanente 39%) comunque rilevante.

”

analisi del valore per il mercato e nella costruzione di una proposizione di offerta e di servizio capace di mettere il consumatore al centro. Il Rapporto restituisce con nitidezza la fiducia nel settore e il rapporto di fedeltà che i brand hanno saputo instaurare con il mercato".

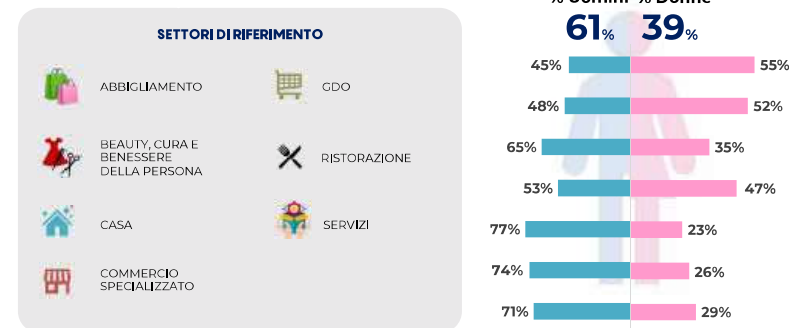
Enzo Agliardi

Il profilo del franchisee

Fatta 100 la rete di franchisee, qual è la percentuale di donne e uomini?

Il tracking delle figure imprenditoriali che operano nell'attuale sistema franchising.

Nel 2024, i franchisee continuano ad essere in maggioranza figure maschili, in special modo nel comparto della GDO, in quello della ristorazione e dei servizi.



Rapporto Assofranchising Italia 2024 - Strutture, Tendenze e Scenari

Fonte: Survey Assofranchising 2024