

PRIMO PIANO

Il franchising è un motore dell'economia italiana capace di generare un valore aggiunto di 37,1 miliardi di euro. E l'8% del totale arriva dalla ristorazione. I dati, una sorta di anticipazione del rapporto completo che arriverà a giugno, sono contenuti nello studio realizzato da **Nomisma per Assofranchising** - il marchio di rappresentanza del franchising italiano aderente a Confcommercio-Imprese per l'Italia - e certificano il peso assunto dalle reti in affiliazione commerciale sul sistema Paese.

POSITIVI I PRIMI DATI DEL PROSSIMO RAPPORTO NOMISMA SUL FRANCHISING

Gli effetti direttamente riconducibili al comparto del franchising in Italia attraverso le proprie attività e gli acquisti presso i fornitori (impatto diretto) valgono 21,7 miliardi di euro, 4,4 miliardi rappresentano l'incidenza indiretta (vale a dire gli effetti lungo tutta la catena del valore) e 11 miliardi di euro è la quantificazione dell'indotto, cioè l'impatto riconducibile all'incremento di domanda finale determinato dai percettori di reddito coinvolti a vario titolo nelle attività innescate dal comparto. **L'effetto complessivo stimato da Nomisma è pari al 2,2% del valore aggiunto totale dell'economia nazionale.**

LA RISTORAZIONE IN FRANCHISING CRESCE DEL 11%

"Nonostante un clima congiunturale non particolarmente favorevole nel 2023, il franchising nel suo complesso ha raggiunto un fatturato di 30,9 miliardi di euro, in crescita del +7,1% rispetto all'anno precedente", ha commen-

FRANCHISING

Affiliazione, valore aggiunto anche nella ristorazione

PER NOMISMA L'INTERO COMPARTO GENERA UN RITORNO POSITIVO SULL'ECONOMIA NAZIONALE PER 37 MILIARDI DI EURO. LA RISTORAZIONE IN AFFILIAZIONE, IN PARTICOLARE, CRESCE DELL'11% E VALE 3,3 MILIARDI DI EURO

Matteo Forli



"Nelle reti è possibile contare sul ruolo del franchisor che interviene in aiuto degli associati per la ricerca del personale"

Alberto Cogliati
Presidente Assofranchising

tato **Alberto Cogliati, Presidente Assofranchising**, a **Food Service**. "Nello specifico il segmento della ristorazione in affiliazione ha mostrato un progresso dell'11% rispetto al 2022, per un totale di quasi 3,3 miliardi di euro, posizionandosi al quarto posto tra i settori rappresentati. Meglio hanno fatto solo i servizi (+15% e un giro d'affari di 4,5 miliardi), l'abbigliamento (+24% e 7,5 miliardi complessivi) e la Gdo (+37% e un giro d'affari di oltre 11 miliardi)". In termini di valore aggiunto la dimensione del ritorno originato dai servizi legati alla ristorazione è pari a 2,8 miliardi (quindi l'8% del totale del comparto franchising) di cui 1,8 miliardi di impatto diretto, 95 milioni di euro di incidenza diretta e 894 milioni di indotto.

PIÙ ATTRATTIVITÀ OCCUPAZIONALE

Anche sul tema del lavoro il sistema franchisee/franchisor ha mostrato un processo virtuoso. Sul fronte occupazionale, l'impatto complessivo è stato pari a 657.219 occupati, con un moltiplicatore fi-



nale di 2,6 (ogni posto di lavoro attivato dal comparto del franchising contribuisce cioè all'occupazione di 2,6 lavoratori nell'intero 'sistema Paese') e i redditi da lavoro dipendente complessivamente generati sono pari a 14,5 miliardi di euro. Sul totale i servizi di alloggio e ristorazione rappresentano in questo caso il 10% (con 60.533 occupati). "Dal punto di vista occupazionale il sistema-rete rappresentato dal modello del franchising riesce a esercitare una maggior attrattività, specie sull'universo dei giovani, rispetto alle attività indipendenti", sottolinea Cogliati. Anche all'interno della ristorazione, un segmento in cui quello dell'impiego, sia in termini di retention che di engagement, resta un problema generalizzato. "Competitività e confronto che stimolano il miglioramento in un contesto dove non c'è solo un 'modo di condividere' ma proprio un 'modo di vivere'. Nelle reti c'è il valore aggiunto del franchisor che, in mezzo alle attività di servizi e prodotti declinati nel tessuto locale, interviene in aiuto degli associati per la ricerca del personale. E all'interno di una ristorazione organizzata, anche le prospettive di crescita professionale aumentano".

ECONOMIE DI MASSA CRITICA PER BATTERE I RINCARI

Ogni euro investito nel franchising ha poi un **effetto moltiplicatore che vale 2,8 euro sulla bilancia nazionale**, con un impatto stimato del valore della produzione pari complessivamente a 85,686 miliardi di euro. I servizi di ristorazione incidono per il 6% sul totale delle attività, con una produzione pari a 5,4 miliardi di euro. "I volumi di fatturato dell'imprenditore-franchisee sono protetti da economie di scala e di massa critica che la rete riesce a mettere in atto e si traducono in

un **maggior potere contrattuale nei confronti dei fornitori**. Questa caratteristica del franchising ha contribuito a ridurre l'impatto degli aumenti di costo delle materie prime che hanno caratterizzato gli ultimi mesi".

PROTEGGERE L'ESPERIENZA DEL CLIENTE

I brand della ristorazione in franchising, secondo il Presidente di Assofranchising, sono riusciti inoltre a mitigare gli effetti dell'inflazione e della perdita del potere di acquisto dei clienti, che hanno inciso sui consumi portando a un inevitabile innalzamento dei prezzi. "Quello che le catene sono riuscite a fare - spiega Cogliati - è proteggere l'esperienza dei clienti. Alcune hanno assorbito più di altre i rincari, trasferendoli in misura minore sui listini, ma tutte hanno cercato di proteggere il valore percepito dell'offerta. E attraverso l'utilizzo di puntuali studi economici, **gli aumenti applicati sono stati misurati con attenzione per non inficiare l'intenzione all'acquisto**. A conferma di questo c'è il fatto che le visite non sono diminuite; a subire una lieve flessione è stato piuttosto il numero degli ordini per visita".



PER I BRAND IN FRANCHISING DELLA RISTORAZIONE, L'INIEZIONE DI CAPITALI DELLA FINANZA È UN ACCELERATORE DI CRESCITA

LE REGOLE PER LA CRESCITA

La più tempestiva ed efficace capacità di reazione mostrata dai brand in catena alla discontinuità del mercato e i tassi di crescita più elevati della media di settore lasciano immaginare anche un **maggior potenziale di diffusione**. Come noto, la ristorazione in catena nel suo complesso, inclusa quella che segue il modello del franchising, vale circa il 10% del totale in Italia contro il 35% di quello che rappre-

senta all'estero e dunque "le reti hanno ampissimi margini di miglioramento - aggiunge Cogliati -. Ma la crescita futura dipende anche da fattori esogeni, come un **più semplice accesso al credito per i franchisee e una spinta maggiore dell'outplacement verso l'imprenditoria**. Nei mercati anglosassoni o francesi la disponibilità degli istituti di credito è superiore e anche la riallocazione dei lavoratori verso l'autoimpiego funziona meglio". Per i franchisor un'opportunità interessante è rappresentata dai fondi di investimento. "Tutti i brand in franchising della ristorazione - conclude il Presidente di Assofranchising - sono interessati a scalare il business e allargare la rete. Molti ci provano con le proprie forze, ma l'iniezione di capitali della finanza è un acceleratore di crescita. In questo caso **diventa discriminante il rispetto delle competenze**: ci sono esempi in cui i fondi sono entrati senza troppe ingerenze gestionali e senza stravolgere il modello di business, dando vita a casi di successo".

© Riproduzione Riservata

