

Dati di settore

Presidente Assofranchising Alberto Cogliati, da gennaio 2021 a inizio 2024 Segretario Generale di Assofranchising e AD di AIF Servizi Srl, è esperto in costruzione di network, oltre ad occuparsi di ristrutturazioni e start up aziendali. In precedenza, ha esercitato la propria professione in società di franchising immobiliare quali Pirelli RE, Tree Real Estate ed Engel&Volkers. Da gennaio 2024 ricopre la carica di Presidente dell'Associazione.



Quali sono i dati più recenti sullo stato del settore del franchising?

Con un giro d'affari che sfiora i 34 miliardi di euro (+9,9% rispetto al 2022) il settore del franchising consolida il suo trend di crescita e conferma il suo stato di ottima salute a fronte di anni sfidanti dal punto di vista dell'economia nazionale. Ed è proprio a causa della difficile congiuntura che razionalizzazione è la parola che meglio riassume le tendenze del comparto in Italia. Infatti, se da una parte crescono i punti vendita e gli addetti coinvolti, dall'altra diminuiscono le insegne attive sul territorio. In questo scenario voglio però sottolineare come l'affiliazione a un franchisor rappresenta una scelta strategica per entrare nel mercato con una base solida e riducendo il rischio d'impresa. L'investimento iniziale per avviare un'attività in franchising è in media di 115mila euro, ma un forte zoccolo duro del business è rappresentato da quelle attività che richiedono importi più accessibili – tra 20mila e 50mila euro – preferiti soprattutto da chi riscopre nel franchising la possibilità di un cambio di vita e di una nuova opportunità lavorativa. Applicando una lente di ingrandimento possiamo andare a considerare tutti quegli indicatori che evidenziano le buone performance di un settore che

LE RETI ATTIVE SUL TERRITORIO ITALIANO NEL 2023

Reti attive	#929	100%
Reti italiane	#895	96%
Reti che operano in Italia solo con franchisor, ma con sede legale in un paese estero	#34	4%

Fonte: Rapporto Assofranchising Italia 2024 - Strutture, Tendenze e Scenari

vale l'1,8% del PIL. Secondo i dati contenuti nel Rapporto Assofranchising Italia 2024 - Strutture, Tendenze e Scenari realizzato da Nomisma, nel 2023 cresce il numero di punti vendita in franchising con un'accelerazione superiore rispetto al trend registrato in passato (+7,6% vs 2,2%). A livello territoriale le Regioni che mostrano il maggior numero di punti vendita sono la Lombardia (con 9.627), il Lazio (6.902) la Campania (5.380), il Piemonte (5.284) e l'Emilia-Romagna (5.188). Parimenti crescono anche il numero complessivo di punti vendita che raggiungono le 65.806 unità e il numero degli addetti occupati che si attesta a oltre 287mila. Gli elementi che hanno caratterizzato la crescita sono riconducibili in particolare agli investimenti attuati per coinvolgere nuovi franchisee da parte dei grandi brand, e alla creazione di nuove insegne. Considerando invece le insegne operative, nonostante l'inserimento di nuovi player, continua il trend discendente che si era accentuato nel 2022. A questo proposito voglio anche sottolineare come i multifranchisee stiano vivendo un momento di forte crescita.

Attualmente sono 8 su 10 i franchisor che hanno multi affiliati, ovvero franchisee con diritto di operare all'interno di un'area prestabilita con più di una unità o di un punto vendita. Si tratta di un modello che comporta innumerevoli vantaggi economici per entrambi gli attori in gioco. Non posso non concludere con un riferimento alle previsioni future che secondo gli operatori sono molto positive. Nel 2024, infatti il fatturato complessivo del comparto è stimato al rialzo nell'ordine del +4,3%, con alcuni settori merceologici - è il caso del benessere della persona - per i quali si prevede addirittura un aumento a doppia cifra.

Quali peculiarità e trend emergenti si osservano nel mercato del franchising in Italia?

La vivacità del comparto del franchising si dimostra anche nella sua capacità di intercettare e interpretare i trend che attraversano la società. Una delle rivoluzioni più grandi che si trova ad affrontare oggi il settore è quella tecnologica legata all'intelligenza artificiale. Attualmente è impiegata soltanto nel 19% delle realtà che ope-

IL FRANCHISING IN ITALIA

Il 2023 a confronto con gli anni precedenti

	2021	2022	2023
Giro d'affari (mil. €)	28.867	30.928	33.990
Insegne operative in Italia	955	954	929
Punti di vendita in Franchising in Italia (PVF)	59.849	61.162	65.806
Addetti occupati nelle reti (PVF), compreso il franchisee	238.194	252.848	287.767
Media occupati per punto di vendita in franchising	4,0	4,1	4,4

Variazioni in valore assoluto	2022/2021	2023/2022
Giro d'affari (mil. €)	+2.061 (+7,1%)	+3.062 (+9,9%)
Insegne operative in Italia	-1 (-0,1%)	-25 (-2,6%)
Punti di vendita in Franchising in Italia (PVF)	+1.313 (+2,2%)	+4.644 (+7,6%)
Addetti occupati nelle reti (PVF), compreso il franchisee	+14.654 (+6,2%)	+34.919 (+13,8%)

Fonte: Rapporto Assofranchising Italia 2024 - Strutture, Tendenze e Scenari

GIRO D'AFFARI E FATTURATO MEDIO 2023 PER PDV

Distribuzione del pdv in franchising per classe di fatturato (2023)



33.990 mln €
Giro d'affari dei pdv in
franchising nel 2023
1,8% del PIL

+9,9% var. % 2023/2022

+7,1% var. % 2022/2021

rano in franchising nelle attività che riguardano soprattutto nei processi aziendali. È innegabile come la necessità di innovare e di creare un vantaggio competitivo sia il fattore abilitante e che spinge sempre di più le aziende ad utilizzarla all'interno dei processi. Comunicazione, marketing e CRM sono invece gli ambiti dove l'AI viene utilizzata più frequentemente (84%), seguita dalla sicurezza informatica (34%), dalla produzione (33%) e dalla logistica (23%). Quello che manca però sono soprattutto le competenze e una cultura aziendale dedicata allo sviluppo di expertise specialistiche. Anche le applicazioni dell'AI legate al machine learning, a mio avviso, si svilupperanno rapidamente perché consentono di analizzare molti dati e generare analisi predittive utili a migliorare il posizionamento dei brand e a rispondere in maniera più precisa alle esigenze e ai servizi dedicati ai clienti. Lo sviluppo nel prossimo futuro dell'AI quindi sarà ampio. Dal nostro report emerge come 1 azienda su 2 nel 2028 uti-

lizzerà l'intelligenza artificiale perché considerata una leva strategica per l'aumento dell'efficienza operativa, nell'automazione dei compiti ripetitivi e nella personalizzazione dei servizi e dei prodotti. Se da una parte l'intelligenza artificiale può fare la differenza nel facilitare i processi e le operazioni, dall'altra, ritengo 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. A mio avviso un altro tema cruciale e di cui mi auguro sempre più imprenditori ne riconoscano l'importanza è quello dell'inclusione. Poter rendere accessibile ad un consumatore un punto vendita, un sito web o semplicemente fornire informazioni adeguate rispetto alla presenza di barriere architettoniche sono domande che ogni imprenditore del franchising dovrebbe porsi in modo da erogare un servizio o un bene senza lasciare nessuno indietro. Sono valori culturali importanti e su cui crediamo molto come associazione.