



Il rapporto di Assofranchising sul 2023. Giro d'affari da 34 miliardi, l'IA è l'incognita

Franchising, l'ora della persona

Volano il beauty, cura e benessere ma anche ristorazione

DI SARA BRUGNONI

C'è più bellezza, cura e benessere della persona e ristorazione nel mercato del franchising 2023. Promosso anche il comparto dei servizi e il commercio specializzato, mentre arretra l'abbigliamento. Pur incidendo meno sul totale annuale, la gdo regge il colpo, con un giro d'affari che aumenta in termini assoluti rispetto al 2022. Di certo, questa modalità di business rispetta la forza dei brand: più un marchio riesce ad affermarsi fra i consumatori, più diventa facile la diffusione anche tramite le aperture in franchising.

È questo ciò che emerge dal rapporto Assofranchising Italia 2024 realizzato da Nomisma per l'associazione italiana del franchising che aderisce a Confcommercio. I risultati dell'indagine evidenziano un'importante crescita del comparto per il 2023. E se da un lato aumentano i punti vendita in franchising

(+7,6%) e di conseguenza sale anche il numero degli addetti occupati, dall'altro calano di nuovo le insegne operative, nonostante i nuovi player. Ma il trend in negativo, partito nel 2020, incide solo parzialmente sul settore, che lo scorso anno ha generato un giro d'affari che vale l'1,8% del Pil e sfiora i 34 miliardi di euro, con una crescita del 9,9%.

L'affiliazione a un franchising resta quindi una scelta strategica

per le aziende che vogliono un rapido posizionamento sul mercato: sono quasi 900 le reti attive nella Penisola (concentrate soprattutto nell'area Nord Ovest), con il 97% dei franchisor che prevede l'apertura di ulteriori punti vendita nel prossimo triennio.

«In un contesto di crescita che guarda all'ottimizzazione dei processi e al consolidamento della rete, il modello di business si conferma solido», ha spiegato **Roberta Gabrielli**, head of marketing, business proces-





ses and communication di Nomisma, «i brand noti nella mente dei consumatori hanno saputo trasformare i propri investimenti in nuovi punti vendita in franchising e parallelamente nascono nuove insegne che si affacciano al mercato trasversalmente ai settori».

Ma le previsioni sul fatturato del 2024 svelano una grande novità: il settore cura e benessere della persona decolla

con una crescita a doppia cifra (+10,3%), seguito poco dopo da quello del beauty (+9,3%). Previsto il successo anche per i franchisor che offrono servizi (+4,8%), all'interno dei quali rientrano fra gli altri agenzie immobiliari, il comparto dell'hospitality e delle telecomunicazioni.

Per Alberto Cogliati, presidente di Assofranchising Italia, «il franchising si conferma nuovamente capace di rendere competitivo il paese, generando risorse e occupazione. Ma non solo: dall'indagine emerge chiaramente la volontà di guardare al futuro, scommettendo su una capacità gestionale innovativa dove l'intelligenza artificiale può fare la differenza nel facilitare i processi e le operazioni».

Il rapporto 2024 ha perciò dedicato una sezione di approfondimento anche all'argomento più discusso degli

ultimi mesi, l'IA. Solo il 19% degli intervistati dichiara infatti di ricorrere all'intelligenza artificiale per i suoi processi aziendali, con l'obiettivo di potenziare la comunicazione e le campagne di marketing. A disincentivarne l'utilizzo è principalmente la mancanza delle competenze ed expertise necessarie, ma dall'indagine emerge come l'IA sarà presente in 1 azienda su 2 entro il 2028.

«La parola chiave dell'ultimo rapporto è quindi razionalizzazione» conclude **Cogliati** «e il franchising si conferma un acceleratore di business. La condizione imprescindibile è che ci sia efficienza di gestione».

© Riproduzione riservata



Il beauty è uno dei settori con la maggiore previsione di crescita nel giro d'affari anche per il 2024





Alberto Cogliati

