

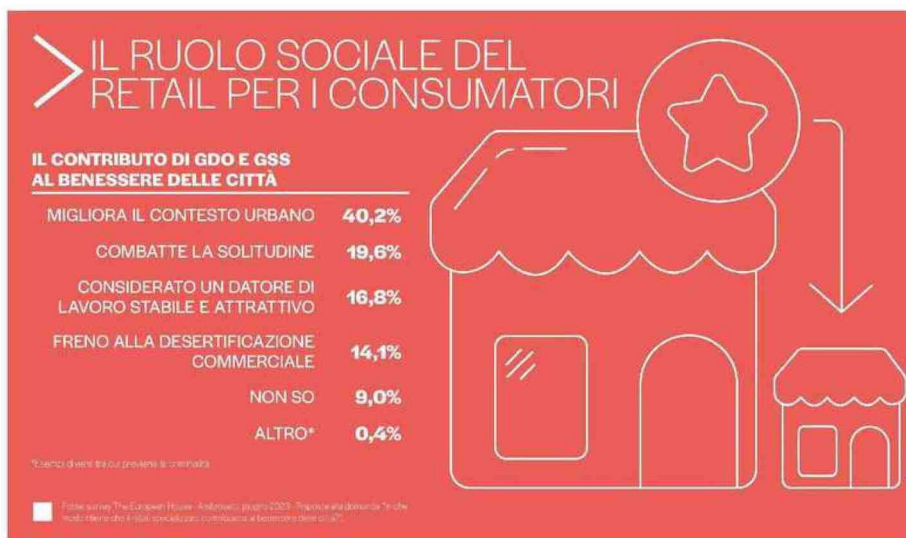


MARKUP 332
 PROTAGONISTI&STRATEGIE

Franchising: un'opportunità di crescita per il retail specializzato

Una formula che permette alle insegne di presidiare il territorio, confermando il ruolo sociale del retail specializzato, legato non solo ai beni di consumo, ma anche a servizi complementari come spazi verdi, aree di coworking, ambulatori polifunzionali e altro ancora

■ **Benedetta Brioschi** | partner e responsabile food&retail | **Giulia Tomaselli** | project coordinator
 Community Retail 5.0 | **Alessandra Bracchi** | consultant - The European House - Ambrosetti



Il retail specializzato si sta affermando come un elemento cruciale nell'evoluzione verso la Società 5.0, grazie alla sua diffusa presenza nelle città e alla sua rete capillare di punti di vendita su tutto il territorio nazionale con una presenza prevalente nel Mezzogiorno (29,6% del totale), dove, in molti comuni, i punti di vendita del retail rappresentano "l'unica bottega del Paese". Questo comporta che il settore può assumere un nuovo ruolo sociale, offrendo non solo beni di consumo, ma anche servizi complementari come spazi verdi, aree per il coworking, punti di ricarica per la mobilità elettrica, ambulatori polifunzionali e spazi per l'intrattenimento e la ristorazione.

L'IMPORTANZA DEL RETAIL SPECIALIZZATO

Tuttavia, i trend di breve e di medio periodo segnalano una contrazione dei negozi: -110mila rispetto al 2012 e -31mila rispetto al 2019. Le categorie particolarmente colpite, soprattutto nei centri storici, includono negozi per la casa (-33,9%), libri e giocattoli (-35,9%), vestiario e calzature (-25,5%). Si tratta di una tendenza preoccupante poiché (secondo la survey raccolta nel giugno del 2023 interpellando 1.000 cittadini italiani e presentata alla terza edizione della Community Retail 5.0) quattro italiani su dieci ritengono che il retail specializzato contribuisca significativamente al benessere delle comunità, migliorando il contesto urbano attraverso la riqualificazione delle aree degradate e il contrasto alla criminalità (es. videosorveglianza).

IL FRANCHISING COME POSSIBILE SOLUZIONE

In questo contesto, se i singoli negozianti faticano a fronteggiare le sfide legate a uno scenario macro-economico sempre più mutevole e imprevedibile, il franchising può rappresentare un'opportunità per continuare a mantenere un presidio sul territorio. Il franchising è un modello di business che ha guadagnato una popolarità crescente negli ultimi decenni, diventando una delle



Il franchising si è dimostrato, nel tempo, un modello di business flessibile e in grado di adattarsi bene al territorio circostante, elementi insiti nello spirito e nei valori del retail 5.0

forme di espansione aziendale più efficaci e diffuse a livello globale. Questo sistema offre vantaggi sia per gli imprenditori che desiderino avviare una propria attività con il supporto di un marchio già affermato, sia per le aziende che vogliono ampliare la propria presenza sul mercato senza dover affrontare da sole le sfide e i costi dell'espansione. Il concetto di franchising si basa su un accordo tra due parti principali: il franchisor, ovvero l'azienda madre che possiede il marchio e il know-how, e il franchisee, l'imprenditore indipendente che acquista il diritto di utilizzare il marchio e i processi aziendali del franchisor. Il rapporto di collaborazione, regolato da un contratto di franchising che de-

finisce i diritti e le responsabilità di entrambe le parti, garantisce un modello operativo standardizzato e il rispetto di determinati criteri di qualità.

Il franchising offre numerosi vantaggi ai franchisee, come il supporto continuo e la formazione da parte del franchisor, riducendo così il rischio imprenditoriale. I franchisor, d'altro canto, beneficiano di una rapida espansione del marchio e di una maggiore penetrazione di mercato con un investimento di capitale relativamente contenuto rispetto all'apertura di filiali di proprietà.

I DATI DEL SETTORE

Secondo Assofranchising, nel 2022 il giro d'affari del franchising è cresciuto del 7,1%, superando i 309 miliardi di euro, con una crescita significativa nel Nord Ovest (122 miliardi di euro) e nel Nord Est (105 miliardi di euro), mentre Centro, Sud e Isole rimangono sotto ai 5 miliardi nelle diverse macro aree. La crescita nel 2022 è in parte attribuibile a un aumento dei punti di vendita (+1.313 unità) che hanno raggiunto il tetto dei 61.162. Anche l'occupazione nel settore ha visto un incremento, con 14.654 nuovi occupati, portando il totale a 252.848. Nell'occupazione sottolineiamo che la quota di donne franchisee è del 43%, con variazioni significative per categoria merceologica (63% nell'abbigliamento) e giovani (la fascia maggiormente rappresentata è quella tra i 36 e 45 anni).

CONCLUSIONI

Nel corso degli anni, il franchising si è dimostrato un modello di business flessibile e adattabile, in linea con lo spirito del retail 5.0. È in grado di rispondere alle esigenze mutevoli dei consumatori e di sostenere un'occupazione diffusa e un'imprenditorialità dinamica.

In un'epoca di rapidi cambiamenti, il franchising rappresenta una soluzione efficace per garantire la crescita e la resilienza del retail specializzato, contribuendo al benessere delle comunità e all'evoluzione verso una società più avanzata e sostenibile.

