

WSI IMPRESA SPECIALE FRANCHISING

RETI DI VENDITA

Agli italiani piace sempre il franchising

Il settore gode di ottima salute e rappresenta una grande opportunità imprenditoriale per molte persone. Ne abbiamo parlato con Alberto Cogliati, presidente di Assofranchising

di Massimiliano Volpe

Sembra ieri ma in realtà sono passati 54 anni da quando in Italia è stato aperto il primo punto vendita in franchising dalla Gamma d.i., un'azienda della grande distribuzione. Per capire le principali tendenze e prospettive di questo settore abbiamo incontrato Alberto Cogliati, presidente di Assofranchising che riunisce 80 aziende franchisor che spaziano dalla ristorazione, all'abbigliamento, alla gdo, ai servizi, alla cura e benessere della persona fino alla casa.

Il mondo del commercio e della ristorazione sta cambiando pelle. Non ci sono più i negozi a gestione familiare e aumentano quelli delle catene. Come sta andando il settore del franchising in Italia in termini di nuove aperture e aziende che adottano questa formula

65.806

I PUNTI VENDITA
IN ITALIA GESTITI
ATTRAVERSO IL
FRANCHISING

commerciale?

Il settore del franchising in Italia gode di ottima salute. Secondo il Rapporto Assofranchising Italia 2024 il comparto, nonostante la difficile congiuntura, ha consolidato il suo trend di crescita con un giro d'affari che complessivamente sfiora i 34 miliardi di euro e che genera l'1,8% del Pil nazionale. L'affiliazione a un franchisor si consolida quindi come una solu-



zione in grado di offrire un rapido posizionamento strategico, ma anche come una soluzione capace di ridurre il rischio d'impresa se si decide di avviare una nuova attività. Alla luce di queste considerazioni è importante notare come nell'ultimo anno siano cresciuti i punti vendita in franchising che raggiungono complessivamente le 65.806 unità, ma anche gli occupati che superano le 287.700 unità.



Il settore della cura della persona e quello del beauty saranno i comparti merceologici dove si registrerà una maggiore crescita di fatturato nei prossimi anni



Quali sono i vantaggi dell'aprire un'attività imprenditoriale in franchising alle soglie del 2025?

Oltre alla possibilità di ridurre il rischio d'impresa, aprire un'attività imprenditoriale in franchising vuol dire poter contare e affidarsi alla forza attrattiva del singolo brand. Ogni franchisee può da una parte sfruttare e mettere in pratica strategie e un know how consolidato e dall'altra contare sulla forza degli investimenti pianificati dal brand in marketing e comunicazione. Non dimentichiamoci una cosa. Il franchising è anche una grande opportunità imprenditoriale per tutte quelle persone che possono trovare nell'autoimpiego e nel modello del franchising la strada per riaffermarsi.

Quali sono i settori più

Una delle vie dello shopping nel centro di Milano

redditizi?

Gdo, abbigliamento, servizi e ristorazione sono i comparti dove si registrano i migliori risultati in termini di giro d'affari. Tuttavia, guardando anche alle previsioni future dai dati nel nostro Rapporto 2024 emerge come il settore della cura e benessere della persona e quello del beauty saranno i settori merceologici dove si registrerà una maggiore crescita di fatturato (rispettivamente +10,3% e +9,3% rispetto al 2023).

Come vedete in futuro il franchising in Italia?

Il franchising si è dimostrato un modello di business vincente durante la pandemia e in questa congiuntura economica piuttosto complicata. Un modello che genera risorse e occupazione. Per questi motivi mi sento di guardare

al futuro con fiducia. Il franchising ha saputo adattarsi trovando soluzioni rapide, e ha saputo cambiare rotta per cogliere le sfide del presente ma anche quelle del futuro. Intelligenza artificiale e sostenibilità sono gli asset intorno ai quali gli imprenditori che fanno parte della nostra rete si stanno interrogando. Se ad oggi soltanto 1 imprenditore su 5 dichiara di utilizzare l'intelligenza artificiale nei processi aziendali, si stima che nel 2028 la quota raggiungerà il 2.

Per affrontare queste nuove sfide sono necessari però due fattori fondamentali: formazione e cultura, due asset fondamentali su cui come Associazione stiamo lavorando per rendere il comparto ancora più competitivo non solo in Italia, ma anche a livello internazionale. ●

