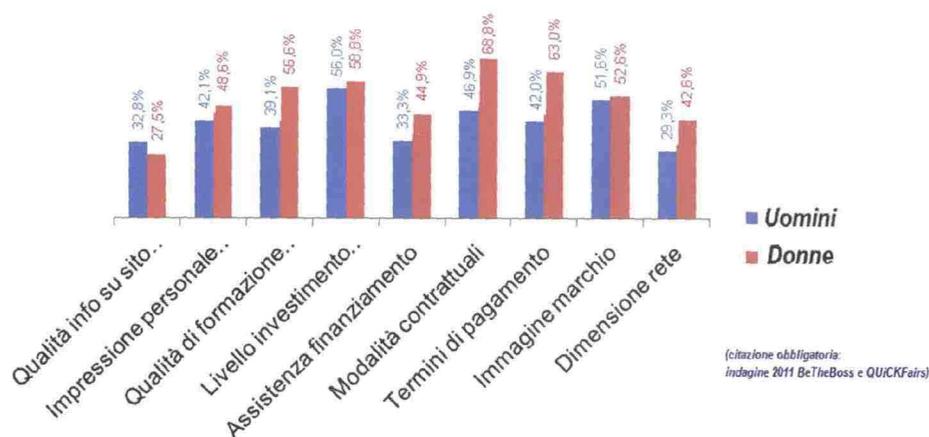


Franchising: scenario nell'immediato

Proiezioni dei franchisor e identik dei futuri franchisee sono stati oggetto di un'indagine realizzata da BeTheBoss e QuickFairs e presentata in occasione di Franchising 2011 Nord, salone tenutosi a Piacenza Expo a fine maggio. Ecco i contenuti principali della ricerca



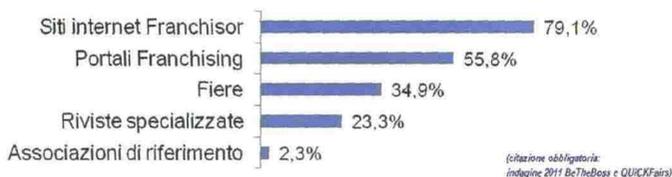
Italia. L'incertezza economica più che la crisi in sé è stato il fattore che ha influito negativamente sul 2010. A dichiararlo è il 59% aziende italiane del franchising, mentre la percentuale sale al 72% quando a parlare sono i punti vendita diretti. Il 53% dei punti vendita in franchising dichiara un fatturato in crescita, contro un 33% dei punti vendita diretti. Il 2011 emerge, quindi, dal mondo franchising un forte segnale

BeTheBoss.it, il portale leader per il franchising in Italia, e QuickFairs®, il primo organizzatore di fiere low-cost d'Italia. Due gli step: franchisor e franchisee.

"La formula del franchising si dimostra più vincente per l'attività commerciale che le forme tradizionali di negozi", afferma Giuseppe Bonani, presidente BeTheBoss, fra i fondatori Assofranchising, oggi socio onorario, e uno dei massimi esperti di franchising dagli anni Sessanta (febbraio 2011 la sua ultima pubblicazione: "Il franchising: una formula di successo per la tua impresa. Come creare, lanciare e gestire una rete di vendita in franchising", Franco Angeli Editore). "I dati dell'indagine sul franchising confermano il nostro impegno per il sostegno dello sviluppo dell'economia italiana attraverso questa forma moderna di commercio, che trova concreta espressione espositiva nella rassegna Franchising 2011 Nord, sempre in collaborazione con QuickFairs®".

Mirato al Nord Italia, Franchising 2011 Nord (28-29 maggio a PiacenzaExpo) è il primo salone per mettersi in proprio organizzato con l'innovativa formula 'low cost', a vantaggio di espositori e visitatori: burocrazia azzerata, tutto

L'utilizzo delle fonti di informazione



di ottimismo: il 70% degli operatori si aspetta una crescita di fatturato, mentre solo il 14% ne prevede una flessione. Questi in sintesi i numeri dell'indagine sul franchising condotta nel mese di marzo da

web based, senza perdite di tempo, a misura d'uomo, con parcheggi e ingresso gratuiti. Nei 2 giorni di fiera, in appositi workshop, si parla di ristorazione in rete, finanziamenti agli start up, clausole essenziali del contratto, informativa precontrattuale, donne e franchising... Forte l'interesse per questa prima edizione da parte dei futuri franchisee: già a metà aprile oltre 1000 le preregistrazioni sul sito della manifestazione www.fieradelfranchising.it.

Dalla parte dei franchisee

"Decisamente interessanti - ha affermato Bonani - i dati emersi sui Franchisee, che fotografano con precisione per la prima volta l'identikit dei potenziali affiliati in Italia. Uno spaccato utile ai franchisor (circa 900 le insegne in Italia) per tarare al meglio le loro strategie di contatto. Su 385 risposte, pervenute nell'arco di una settimana, dal 22 al 31 marzo 2011, 379 sono quelle complete, rientranti quindi di diritto nell'indagine." Chi vuole sviluppare la sua rete di franchising in modo solido e veloce deve puntare sulla qualità dei suoi Franchisee. Più il franchisor sa in che misura l'affiliato è la persona adatta per il proprio progetto, più duratura e di reciproca soddisfazione sarà la collaborazione. E, ovviamente, più sono i candidati interessati, più ampia sarà la scelta.

Ma chi sono i candidati franchisee in Italia nel 2011? Che cosa li spinge?

La maggioranza si colloca fra i 30 e i 49 anni: possiede dunque già una certa esperienza di vita.

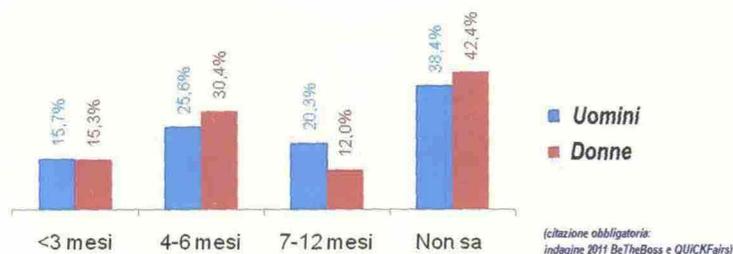
La formazione scolastica è medio-alta: circa la metà ha conseguito la maturità, relativamente pochi i laureati. In gran parte si tratta di uomini (3 su 4), anche se le donne sono in salita. Quasi tutti ricercano un investimento medio-basso (solo 1 su 7 è disponibile a investimenti intorno ai 100mila Euro). La motivazione principale che spinge a cercare una franchise è la volontà di mettersi in proprio (54%). Solo 1 su 8 considera il franchising un modo per trovare lavoro.

Quali i settori più ambiti dai franchisee?

Tre i settori preferiti: al primo posto ristorazione rapida/pizzerie/caffetterie, seguono internet/telefonia e abbigliamento bambino. Tutti i 3 settori subiscono notevoli variazioni in relazione a sesso, disponibilità economica, età. Alta l'attenzione nei confronti delle insegne di servizi.

Come attrarre i migliori candidati?

Dipende se la rete cerca affiliati uomini piuttosto che donne. Queste sono molto più attente alle modalità contrattuali e ai termini di pagamento e in un secondo tempo considerano la cifra di investimento. I criteri considerati fondamentali dai candidati uomini sono invece il livello di investimento e l'immagine del marchio. Anche il lasso di tempo richiesto per iniziare l'attività può rappresentare un freno nella scelta. E' quindi il modo in cui si pone il franchisor a determinare il desiderio di approfondimento da



parte dei candidati franchisee.

L'indagine completa contiene informazioni su:

- classifiche franchisee per fascia di età, sesso, titolo di studio dei candidati più interessati
- attività svolta attualmente
- tempi entro cui si vuole iniziare l'attività in franchising
- motivazioni verso l'affiliazione a una rete di franchising
- fonti di informazione consultate
- posizione del settore franchising nella Ranking List 'Ambizioni franchisee'
- settori e sottosectori: classifica delle preferenze espresse dai franchisee
- cluster 'disponibilità di investimento' per il settore preferito
- criteri di valutazione delle offerte proposte dai franchisor.

Da questi dati è possibile dunque trarre delle indicazioni di indirizzo, per determinare sia il modello di sviluppo italiano sia i settori maggiormente appetibili per la nuova "generazione" di imprenditori del retail. Emerge ad esempio che le donne sono più indirizzate verso il settore abbigliamento e accessori moda mentre gli uomini più indirizzati verso la tecnologia o la ristorazione.