

Palazzo della Borsa di Genova, Franchising Day di Confesercenti. Tutti i dati

di **Redazione**

14 Giugno 2018 - 13:27



Genova. Continua a crescere il commercio in franchising nel nostro paese: nel 2017 i negozi in affiliazione commerciale hanno fatturato 24,2 miliardi di euro, generati da 977 aziende franchisor (+2,7% rispetto al 2016) e 51.260 imprese franchisee (+1%). È il primo dato che emerge dal report 2018 di Fedefranchising Confesercenti diffuso in occasione del Franchising Day svoltosi al Palazzo della Borsa di Genova nella giornata odierna, giovedì 14 giugno.

Dalla caffetteria alla vendita di caffè monodose, dalla birreria alla toasteria, dalla lavanderia al lavaggio a mano a casa, dalla palestra femminile alle scuole di inglese per bambini, dalla yogurteria alla piadineria, dai servizi di fotodepilazione all'assistenza agli anziani e disabili, dal negozio di dietetica alle attività di certificazione energetica: il Franchising Day ha visto 18 brand franchisor di livello nazionale e internazionale presentare i loro progetti di investimento su Genova e la Liguria a una platea di aspiranti franchisee, attirati da una forma di impresa capace di offrire maggiori tutele non solo nell'avvio e nella gestione dell'attività, ma anche per quanto riguarda i prodotti, i servizi ed il know-how derivanti dalla possibilità, per l'affiliato, di appoggiarsi ad una struttura già consolidata e di comprovata visibilità.

«Un’iniziativa importante per la nostra città, perché ha permesso a tanti potenziali nuovi imprenditori, una cinquantina solo nelle prime ore, di sedersi direttamente al tavolo con alcune delle aziende italiane di riferimento nei rispettivi settori, e di farlo in maniera totalmente gratuita e senza impegno. Speriamo che da questa giornata possano nascere tante nuove attività capaci di restituire slancio al commercio al dettaglio di Genova e della sua area metropolitana», ha commentato il presidente provinciale di Confesercenti, Massimiliano Spigno.

Ad oggi, in Liguria, secondo le stime di Federfranchising operano già circa 1.500 imprese affiliate in franchising, la maggior parte delle quali appartenenti alle macrocategorie commerciali dei servizi (agenzie immobiliari e servizi alla persona), che costituiscono il 43% dei franchisee su base nazionale. Seguono il commercio dei prodotti no food (40%, prevalentemente nel settore dell’abbigliamento) e il food (17%) che, pur rappresentando una quota ancora contenuta, manifesta una propensione alla crescita.

Numerose, poi, sono le aziende associate a Federfranchising nate proprio in Liguria, e che si sono poi sviluppate in Italia e all’estero: le spezzine Cibiamo, La Bottega del Caffè, Virgin Active Caffè, Mondadori Caffè e Amelie, la savonese Fondocasa e la sanremese Chicken’n chicken. «A dimostazione che anche nella nostra regione possono trovare terreno fertile delle realtà capaci poi di crescere e consolidarsi su base nazionale», commenta Alessandro Ravecca, presidente nazionale di Federfranchising e imprenditore a sua volta, titolare e fondatore oltre vent’anni fa del gruppo Cibiamo.

Oltre, naturalmente, a costituire un momento di incontro tra aziende e imprenditori, il Franchising Day ha offerto l’occasione per fare il punto sullo stato di salute del settore, e sulle sue principali necessità, evidenziate dallo stesso Ravecca: «Come abbiamo visto, il nostro è un comparto in salute ed in crescita, ma abbiamo ora bisogno di maggiore chiarezza sul piano legislativo, a cominciare dall’istituzione di un codice di identificazione delle aziende affiliate presso il sistema delle Camere di Commercio - ha dichiarato il presidente nazionale di Federfranchising Confesercenti -. Quello che chiediamo è una maggiore tutela sia per le aziende franchisor che per i singoli franchisee, alla luce di un contesto normativo che in Italia è ancora troppo vago, specie se paragonato a quello di altri paesi europei».

«Ad esempio - spiega Ravecca - nella Francia nostra vicina di casa la legge stabilisce chiaramente che, per proporsi come franchisor, un’azienda debba avere almeno tre punti vendita attivi, mentre nel nostro paese il requisito generico è quello di una “provata esperienza”. Servono, quindi, maggiori certezze, tali da dare slancio anche in Italia ad un settore che, per sua stessa natura, può rappresentare un canale preferenziale per l’apertura di tante nuove imprese in un contesto altrimenti segnato dall’incertezza economica. Federfranchising rappresenta sia le aziende franchisor che i franchisor, costituendo da questo punto di vista un soggetto capace di condurre un’importante azione di matching, nonché di sostegno alle start-up con idee innovative che vogliono aprirsi a questo settore e possono appoggiarsi alla nostra associazione con un contratto di franchising sperimentale. Noi siamo qui anche per loro».