

IL SISTEMA FRANCHISING DOPO LA PANDEMIA

Giro di affari in crescita (+3,5%) e aumento dell'occupazione (+4,8%) fanno dell'affiliazione commerciale la giusta soluzione per chi desidera avviare una carriera imprenditoriale in sicurezza.

In Assofranchising, sempre al fianco dei suoi associati, entra Nomisma in veste di Main Partner

Milano, novembre 2021 – Il *Rapporto Assofranchising 2021 – Strutture, Tendenze e Scenari* ha messo in luce i buoni dati relativi allo stato di salute del franchising nell'anno della pandemia. Con un **giro d'affari nel 2020 pari a €27.058.533.300, in aumento del 3,5% rispetto al 2019**, l'affiliazione commerciale dimostra come possa rappresentare una risposta per chi è deciso a mettersi o ri-mettersi in gioco. D'altra parte la tendenza è chiara: negli Stati Uniti, la Yolo Generation sta dettando la linea, complici la pandemia e le incertezze sul futuro che ha generato. Si vive una volta sola, quindi largo alle passioni anche a scapito del posto fisso. Questo fenomeno sta interessando i più giovani ma anche la fascia di età compresa tra 26 e 41 anni finalmente anche qui in Italia. Il franchising può essere un'occasione per seguire il proprio credo rischiando con misura, grazie al sostegno che la rete mette a disposizione sin da subito attraverso procedure agevolate di accesso al credito. Un dettaglio non da poco, dato che l'avvio di un'attività in proprio richiede un investimento declinato per ogni possibilità e capacità economica. Pertanto, le imprese che nascono in affiliazione commerciale sono giusto quelle PMI che connotano il tessuto economico italiano.

“La formula del franchising rappresenta lo strumento più utile per avvicinarsi all'autoimpiego e alle proprie ambizioni: la forza della rete che fa squadra nei momenti difficili, mettendo a punto soluzioni e supporti su misura, rivela la capacità di tenuta del franchising sia in termini di fatturato, sia occupazionali. Durante tutto il 2020 i nostri associati hanno studiato formule ad hoc per andare incontro ai loro franchisee garantendo, in questo modo, la prosecuzione delle attività di business. Il 2021 è orientato al consolidamento dell'impegno nei confronti degli associati per poter offrire sempre tutto il supporto necessario e sostenere il desiderio di essere imprenditori” – afferma **Alberto Cogliati Segretario Generale di Assofranchising.**

In questa direzione si deve leggere il recente ingresso di **Nomisma**, società che realizza ricerche di mercato e consulenze rivolgendosi a imprese in maniera trasversale, **in qualità di Main Partner di Assofranchising** per essere al fianco dei franchisor con studi e analisi di settore condotti a livello locale e nazionale: *“L'ingresso di questo nuovo*





partner va nella direzione di un consolidamento dell'offerta strategica di AIF che vuole sostenere in modo concreto i propri associati per coinvolgere sempre più figure professionali, anche di diversa seniority, verso non più solo la formula dell'autoimpiego" – prosegue **Cogliati**. Questa tipologia di sistema di rete è infatti in grado di influire sull'imprenditorialità e può fungere da volano per la promozione dell'occupazione, in particolare di giovani e donne. Nello specifico, può rappresentare un'opportunità per promuovere l'iniziativa a intraprendere un'attività imprenditoriale, considerato che alla stipula del contratto si cede sì l'utilizzo del brand, ma soprattutto la formula del business che, insieme ad altri fattori, quali la semplicità del modello e la standardizzazione dei processi, è ciò che caratterizza il successo del franchising. Altro elemento importante è la fiducia e la garanzia resa dal brand, dall'assistenza e supporto forniti dal franchisor durante tutta la durata del contratto.

Ecco che in uno scenario caratterizzato dalla frammentazione del lavoro mettersi in proprio oggi attraverso il modello del franchising risulta essere una scelta vincente, in particolare per neolaureati e donne che decidono di investire sul bilanciamento vita-lavoro. Anche perché la cultura del franchising sta affermandosi in maniera solida in Italia: cresce il numero di addetti nel sistema (+4,8%) e leggermente anche la media di occupati per punti vendita, che salgono a +5,2%.

"Il settore franchising ha dimostrato una capacità di particolare tenuta e adattamento alle diverse condizioni generate dall'emergenza pandemica. È un settore che ha avuto la forza di sviluppare nuova progettualità e ha mantenuto in questo particolare tempo le posizioni non mancando mai di tenere assieme, di legare i vari associati con autentico spirito di coesione. Il franchising in Italia sta vivendo un importante sviluppo legato a specifici settori e per questo merita una particolare e prospettica attenzione per cogliere nuove opportunità e margini di ulteriore crescita. Sarà questo il contributo che andremo a offrire ad Assofranchising e ai suoi associati" – dichiara **Luca Dondi, Amministratore Delegato di Nomisma**.

A proposito di Assofranchising

1971-2021: 50 anni di franchising di qualità, all'insegna della tutela e difesa degli interessi economici, sociali e professionali delle reti in franchising associate. Questa la missione di Assofranchising, che nel corso di questi anni ha costruito una fitta rete di relazioni con le Istituzioni, gli Enti e le Associazioni con interessi coincidenti o vicini ai suoi. In particolare, Assofranchising attiva servizi e consulenza mirata, organizza eventi di networking e di studio su temi d'interesse per i soci, offre accordi quadro e convenzioni sui molteplici aspetti e prodotti che interessano le aziende che fanno franchising e le relative reti di punti vendita.

Per ulteriori informazioni:

Visita www.assofranchising.it

Ufficio stampa Assofranchising

Raffaella Tosi - 392.5255057 – raffaella@pressoffice.eu

Francesca Osella – 348.4407367 – francesca@pressoffice.eu