

# FRANCHISING: LA DIFFICILE CONGIUNTURA NON FRENA IL TREND DI CRESCITA DEL SETTORE. IL FATTURATO RAGGIUNGE I 30.9 MILIARDI DI EURO ED È RECORD DI OCCUPATI

È quanto emerge dal **Rapporto Assofranchising Italia 2023 – Strutture, Tendenze e Scenari** curato da Nomisma

## COMUNICATO STAMPA

Milano, 28 giugno 2023 - Prosegue la crescita del comparto del franchising, nonostante un 2022 caratterizzato da alti tassi di interesse e da un mancato allentamento della pressione inflazionistica. Questo risultato positivo è stato trainato, in parte, da un mercato del lavoro più reattivo e dal risparmio accumulato dalle famiglie, che ha contribuito ad ammortizzare gli effetti negativi dell'inflazione, sostenendo la propensione al consumo. È questo lo scenario fotografato dal **Rapporto Assofranchising Italia 2023 – Strutture, Tendenze e Scenari curato dal centro studi di Nomisma** e presentato oggi a Palazzo Castiglioni, sede Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza.

### Il franchising vale l'1,6% del PIL.

Continuano nel 2022 le buone performance del settore, con un aumento del giro d'affari e degli occupati. Il **fatturato del comparto supera la quota di 30.9 miliardi di euro** (+7,1% rispetto al 2021). Una situazione, questa, che favorisce il trend positivo del numero di **punti vendita in franchising che raggiunge quota 61.162** (+2,2% rispetto al 2021) e degli **addetti occupati che raggiungono i 252.848** (+6,2% rispetto al 2021). La media di personale per punto vendita in franchising è di 4,1, dato sostanzialmente stabile rispetto alla precedente rilevazione, a testimonianza del protrarsi del periodo favorevole che stanno attraversando i punti di vendita di più grandi dimensioni, appartenenti al settore Casa e Distribuzione Organizzata. **Rimangono stabili le insegne operative in Italia (954)**, dopo la contrazione avvenuta nel 2020 (-103) e la crescita nel 2021 (+78). Una stabilità che deriva da una forte dinamicità che ha visto la cessazione di alcune insegne nell'ambito dell'abbigliamento per bambini e bar-gelateria e parallelamente la crescita di nuove insegne nell'ambito ristorazione, casa e servizi. Considerando i **settori merceologici più performanti al primo posto si trova la GDO che, con un giro d'affari che supera gli 11 miliardi di euro, incide per il 37% sul fatturato complessivo del franchising**. In seconda posizione il comparto abbigliamento (oltre i 7,5 miliardi di fatturato), e a seguire i servizi (4,5 miliardi di fatturato); la ristorazione in franchising supera invece i 3,2 miliardi di fatturato.

La fotografia offerta da Nomisma pone l'accento anche sul futuro del settore; nel 2023 si prospettano segnali di rallentamento legati al perdurare della spinta inflazionistica e ai suoi effetti sul reddito disponibile delle famiglie; **su stima una previsione di aumento del fatturato nell'ordine del +3%**, con un tasso di crescita più contenuto rispetto all'anno precedente.

*“Nonostante la congiuntura il franchising si dimostra ancora una volta un modello vincente” – sottolinea **Alberto Cogliati Segretario Generale di Assofranchising**. “La vera forza sta nella capacità degli imprenditori che operano in questo settore di riposizionarsi in maniera efficace sul mercato grazie al forte spirito d'innovazione, una maggiore sensibilità verso la sostenibilità e un rinsaldato rapporto di fiducia che lega franchisor e franchisee. Tra i fattori abilitanti e vincenti di questo mercato vi è, in primis, la sicurezza del modello economico di business unita ad una migliore reputazione derivante dalla notorietà dell'insegna e la possibilità di contare su formazione e assistenza da parte del franchisor. Come evidenziato da Nomisma le previsioni per il futuro sono positive e tra le scelte imprenditoriali future spicca la soluzione del multi-affiliato, modello che consente migliori performance e una maggiore organizzazione e pianificazione finanziaria. Ad oggi sono quasi 7 su 10 i franchisor che hanno multi-affiliati e il numero è destinato a crescere”.*

*“In questo scenario economico di calma apparente, il franchising è un modello che si conferma vincente nella riduzione della componente di rischio per coloro che desiderano avviare un'attività imprenditoriale, potendo*

*contare su un articolato portafoglio “standardizzato” di prodotti e servizi. Il futuro di questo business dipenderà sempre più dalla capacità dei franchisor di comunicare le potenzialità della propria rete e colmare, tramite attività mirate di formazione rivolte ai franchisee, quei gap di competenze strategiche, di comunicazione e commerciali, che possono accelerare il raggiungimento degli obiettivi dei punti di vendita”* – afferma **Luca Dondi, Amministratore Delegato di Nomisma**

### **La forza della rete in franchising**

Dall’indagine condotta da Nomisma nel **2022, le reti in franchising attive in Italia sono 954**. Il Nord Ovest si attesta al primo posto per numero di Franchisor, seguito dal Nord Est e Centro Italia. In crescita, con 199 reti attive, l’area del Sud e delle Isole. Tra i settori più rappresentati nella penisola troviamo, al primo posto, quello dei servizi (255 reti), seguito da ristorazione (181) e abbigliamento (180). Prendendo in esame le regioni con il più alto numero di punti vendita troviamo al primo posto la **Lombardia con ben 9.955 store**, seguita da Lazio (6.734), Campania (4.805), Emilia-Romagna (4.757) e Sicilia (4.665). **Il settore merceologico più rappresentato è quello dei servizi, con 17.373 punti vendita**, seguito dall’abbigliamento (14.881) e dal commercio specializzato (8.321).

### **Gli ostacoli allo sviluppo del business**

L’inflazione e la conseguente diminuzione del potere d’acquisto da parte dei consumatori rappresenta, per il 45% degli operatori del franchising, la maggiore preoccupazione per lo sviluppo del business, seguita dall’aumento dei costi delle materie prime (19%) e crisi energetica (9%). Tra le principali azioni messe in campo per fronteggiare queste difficoltà, il franchising si è orientato verso un maggiore contenimento dei costi aziendali (92% degli intervistati) e verso politiche di risparmio energetico (74%), cui si somma la contestuale ricerca di nuovi fornitori (70%). Un’altra soluzione delineata dalle aziende intervistate da Nomisma, si orienta verso una politica di aumento di prezzo del prodotto finito (73%), al fine di salvaguardare, almeno in parte, la componente di margine operativo. Alla luce dell’attuale scenario, nonostante le difficoltà riconosciute dai franchisor, tra gli operatori del settore permane un tendenziale ottimismo.

### **La crescita dell’e-commerce**

La tecnologia sta dando un grande impulso al comparto del franchising e sarà sempre di più un asset strategico di competitività. Tra gli intervistati, 1 brand su 2 possiede un canale e-commerce attivo già da prima del 2020, mentre il 18% dichiara di averlo attivato tra il 2020 e il 2022. Cresce la quota di fatturato derivante dalla vendita e-commerce (+8,7% nel 2022) e dalle dichiarazioni dei franchisor si prevede un’ulteriore crescita fino al 12,8% per il 2023. Nel prossimo triennio l’84% delle imprese interessate dalla survey è propenso ad investire in digital technology per migliorare le performance economico-finanziarie e la gestione della propria rete.

### **Un franchising sempre più sostenibile**

La sostenibilità sta diventando sempre più rilevante non solo per le aziende, ma anche per i consumatori che ne tengono particolarmente conto come driver per le scelte d’acquisto. Il 62% degli intervistati dichiara di aver già intrapreso iniziative concrete sul tema della sostenibilità aziendale, mentre il 18% le sta progettando per l’immediato futuro. Per il 28% delle aziende in franchising si tratta di un dovere verso le generazioni future e per l’ambiente (24%); per il 16% di una necessità non più rimandabile e un’opportunità per conquistare nuovi consumatori (10%). Tra le principali azioni messe in campo troviamo al primo posto una maggiore ottimizzazione nella gestione nei rifiuti (56%) seguito dall’utilizzo di packaging sostenibili (55%) ed infine una selezione di fornitori che offrono garanzie in termini di sostenibilità ambientale (42%).