

## FRANCHISING: IN ABRUZZO GIRO D'AFFARI SUPERA 600 MILIONI, CRESCITA PARI AL 3%

20 Luglio 2020



L'AQUILA - Con oltre 600 milioni di euro di fatturato nel 2019 (+3% sul 2018), il Franchising in Abruzzo risulta essere la formula preferita da migliaia di imprenditori: 1.370 i punti vendita in franchising, 14 le insegne franchisor con sede legale nella regione per un totale di 658.441.592 euro di giro di affari (dati al 31 dicembre 2019).

Il Rapporto è stato presentato a Milano da Assofranchising in collaborazione con Salone Franchising Milano, che ha annunciato la 35a edizione dell'evento, che si svolgerà in streaming dal 22 al 24 ottobre 2020 e di cui Assofranchising è main partner.

### RAPPORTO ASSOFRANCHISING 2020

Principali indicatori I dati illustrano la realtà del Franchising in Italia, un settore sano e in continuo sviluppo: 56.441 i punti vendita in crescita del +4,7% (2.555 i negozi aperti nel 2019); 217.150 (+5%) addetti occupati nelle reti (10.359 i nuovi posti di lavoro creati); 980 le insegne operative in Italia, +2,0% rispetto allo scorso anno di cui: 880 (90%) italiane 71 (7%) master di franchisor stranieri in Italia 29 (3%) reti straniere che operano in Italia solo con franchisee, ma con sede legale in un paese estero; 11.035 (+1,8%) punti vendita italiani all'estero in franchising (prese in esame per il Rapporto quelle con almeno 3 punti vendita all'estero); 178 (+2,3%) reti italiane all'estero.

“Sono numeri estremamente positivi, che ancora una volta dimostrano le potenzialità del franchising e sono indice della fiducia che sempre di più gli italiani nutrono nel sistema dell'affiliazione - dichiara Augusto Bandera, segretario generale Assofranchising -. Anche nel 2019 il franchising ha continuato a espandersi, così come lo ha fatto negli anni della crisi. Nell'ultimo decennio, è cresciuto, in media, del 2% ogni anno, creando circa 37.000 nuovi posti di lavoro”.

“Ad oggi l'intero sistema franchising occupa più di 217.000 addetti, che contribuiscono a generare oltre 26 miliardi di fatturato, circa l'1,3% del Pil italiano. In un contesto economico come quello attuale - sottolinea Bandera - appare quasi fisiologico che il franchising, come tutti i modelli fondati sulla cooperazione e sul risk-sharing, sia favorito nella competizione di mercato. Si considerino i benefici per entrambe le parti coinvolte - franchisor e franchisee - quali ad esempio l'aumento della visibilità e riconoscibilità a livello nazionale e internazionale del marchio condiviso, il trasferimento del know-how, l'utilizzo della formula imprenditoriale che caratterizza il brand, o l'espansione aziendale dettata dalla crescita dei punti vendita”.

La presentazione dei dati di Assofranchising è stata l'occasione per il lancio dell'edizione 2020 di Salone Franchising Milano, l'evento di riferimento per il mondo del franchising e del retail che quest'anno si tiene dal 22 al 24 ottobre per la prima volta in streaming su Umans.com, la piattaforma tecnologica creata da Fandango Club in grado di riprodurre in digitale l'esperienza degli eventi offline.

“Salone Franchising Milano rappresenta un importante momento di incontro tra professionisti del settore, imprenditori, franchisee e franchisor di oggi e di domani – spiega Michele Budelli, Ceo di Fandango Club, agenzia di live communication e branded content che organizza l’evento -. Proprio perché siamo consapevoli del ruolo del Salone, oggi più che mai rilevante, abbiamo deciso di non mancare l’appuntamento 2020, di ripensare il concetto di incontro e confronto, e di innovare questo appuntamento che nell’edizione 2019 ha raccolto a Fiera Milano City oltre 200 insegne del panorama del franchising e del retail provenienti da tutta Italia”.

È nata così una formula nuova di Salone Franchising Milano, che punta su incontri formativi, convegni, consulenze gratuite e, soprattutto, sul Ret@il Innovation Forum, un’arena di discussione con panel specifici, relatori d’eccezione e aziende leader del settore, realizzato con la collaborazione e l’apporto del gruppo Jakala, prima martech company italiana che offre supporto in ambito strategico, analytics, digital e technology. Il tutto, però, quest’anno in una dimensione digitale, aperta e gratuita.

“Tre giorni caratterizzati da un calendario fitto di appuntamenti – spiega ancora Budelli – con un focus sul Retail per fornire a chi si affaccia per la prima volta su questi mercati rilevanti occasioni di confronto e competenze specifiche, e proporre a chi invece ne è già parte le innovazioni e le soluzioni tecnologiche utili per ampliare il business, in particolare in un momento storico delicato come questo che stiamo attraversando”.