

HOME PAGE

[Vai alla pagina principale](#)

LA NORMATIVA

[Il testo della legge 129/2004](#)

[Analisi: le novità introdotte](#)

[Profili fiscali](#)

[Il commento](#)

SCENARI

[Il recente contesto](#)

APPROFONDIMENTI

[Il libro "Il Franchising"](#)

Dopo il boom c'è ancora posto

Tendenze/ Il passato e il futuro

Come nasce il franchising? Per alcuni, i primi contratti associativi vedono la luce negli Stati Uniti intorno al 1930 per favorire la distribuzione coast to coast dei prodotti con la concessione in licenza del marchio e del know-how. Grandi compagnie come la General Motors e la Singer sfruttano il franchising per coprire grandi aree commerciali ancora libere a costi relativamente bassi, in maniera rapida ed efficace. Altri ritengono invece che tutto nacque grazie ad una grande azienda tessile francese che, nello stesso periodo, per smaltire le grandi produzioni di filati propone ai commercianti clienti la concessione in esclusiva di marchio, area e prodotti.

Oggi si stima che al mondo vi siano oltre quattromila imprese che usano il franchising come forma distributiva direttamente o tramite master. Oltre duemila si presentano nel mercato europeo, che è secondo solo agli Stati Uniti, mentre un grande sviluppo attende nazioni orientali come la Cina. In Italia il sistema di affiliazione è ancora giovane: si contano circa 700 imprese in franchising, la maggior parte di piccole dimensioni. Tali realtà creano tuttavia occupazione (oltre 100mila addetti) e volumi d'affari elevati, circa 15 miliardi di euro, tanto da rappresentare una parte importante della piramide economica. E il settore continua a crescere, anche se meno rispetto a dieci anni fa (quando si è avuto il boom), ma sempre in positivo rispetto ai canali commerciali tradizionali.

<Fino a poco tempo fa si abusava della parola franchising - afferma Gianluca Meloni, marketing manager di Infofranchising - ora la nuova legge consentirà lo sviluppo certo e concreto di chi in tale sistema commerciale crede in maniera assoluta. Creerà benefici sia a chi promuove l'affiliazione che a chi la sceglie per mettersi in proprio. Il franchising è un acceleratore strepitoso per l'imprenditorialità in Italia: veloce, pronto. La sua forza è nel trasferimento di competenze e di valori dal franchisor al franchisee senza che quest'ultimo debba avere una precisa esperienza nel settore che sceglierà. La voglia di essere imprenditore farà la differenza.>

Nel primo semestre del 2004 l'incertezza economica ha rallentato lo sviluppo dell'imprenditorialità ma i dati restano confortanti, soprattutto se si considera che il franchising è un sistema che più riduce il rischio d'impresa di chi decide di mettersi in proprio. L'affiliazione commerciale, grazie alle sue economie di scala, consente inoltre di ridurre costi e indebitamenti dei franchisor diluendo anche per loro il rischio grazie alla distribuzione sul territorio nazionale.

<Penso che questo - conclude Meloni - sia decisamente il momento giusto per valutare, secondo le proprie attitudini, i progetti di franchising che si presentano in Italia. Nell'ultimo periodo vi sono stati segnali di grande fermento nel sistema. Alcune iniziative storiche stanno consolidando la loro posizione nel mercato e necessitano di nuovi imprenditori per coprire le aree ancora scoperte e profittevoli. Sono poi nate una ventina di nuove iniziative in franchising che ora, grazie alla legge, si presentano con sistemi sperimentati e in regola con la normativa. Ci sono infine alcune grandi aziende, che per decenni hanno lavorato con sistemi commerciali tradizionali e che entro l'anno lanceranno sul mercato i loro progetti in franchising. Sono tutte occasioni importanti per prendere una decisione e arrivare prima a coprire il proprio territorio.>

Il settore

Affiliati, affilianti, dipendenti e fatturato del franchising in Italia

Franchisor	630
Franchisee	41.500
Addetti	110.000
Fatturato	15.400 mln di
Incremento assoluto del giro d'affari del franchising nel 2003	+15,03%
Incremento dei punti vendita in franchising nel 2003	+10,32%

Fonti: Assofranchising e Infofranchising, 2004

INFORMAZIONE DALLE AZIENDE

[Mail Boxes Etc. al 19° salone internazionale del sistema commercio expotrade 2004 franchising partnership](#)

[Mail Boxes Etc. si presenta](#)