

**Commercio.** È il bilancio di un anno delle catene di negozi in affiliazione - Trend positivo anche nel 2012

# Dal franchising 22mila posti

## Boom per ex manager e under 35, cresce l'uso dell'apprendistato

**Giacomo Bassi**

Oltre 54mila punti vendita, 884 gruppi industriali italiani ed esteri, un fatturato di 22 miliardi e una crescita annua di settore del 2 per cento. I numeri del franchising in Italia continuano a essere in positivo e anche i primi mesi del 2012 (che hanno visto sul fronte normativo novità che potrebbero spingere ancora il comparto) confermano il trend di aumento del giro d'affari che si è registrato nell'ultimo quadriennio.

La crisi non sembra aver colpito il commercio in affiliazione, che è anzi diventato un canale di assorbimento di giovani e meno giovani in cerca di un impiego, e che ha creato in un anno oltre 22mila nuovi posti sia nelle grandi catene sia in quelle più piccole. «Dal 2007 a oggi abbiamo assistito a una serie di fenomeni convergenti - spiega Fabio Pasquali, presidente della società di consulenza Az Franchising - da un lato il commercio tradizionale ha avuto enormi difficoltà, dall'altra sempre più persone hanno compreso i benefici dell'affiliazione, che consente di minimizzare le criticità connesse all'apertura di un negozio». Da qui la crescita del comparto, con effetti anche sull'occupazione: «Dalle nostre analisi emerge che chi si è già affiliato o vuole affiliarsi a un brand - dice Pasquali - è spesso un under 35, ma sono in aumento anche i mana-

ger fuoriusciti dalle aziende. Il franchising è una sorta di nuova frontiera per l'occupazione». Frontiera che però, dicono gli aderenti a Confimprese (Autogrill, Feltrinelli, Geox, Calzedonia solo per citarne alcuni), va sostenuta con un potenziamento dei contratti di apprendistato (5.548 quelli attivi a tutt'oggi) e con il mantenimento delle agevolazioni per quelli a termine: «Le nostre imprese - spiega Pasquali - si confrontano con flussi della doman-

### COMPARTI E PUNTI CRITICI

Tra i settori gli uomini preferiscono food e telefonia, le donne l'abbigliamento. Difficoltà: nel 21% dei casi è l'investimento iniziale

da che cambiano repentinamente, per rispondere ai quali si ricorre a tutte le formule contrattuali flessibili, dall'apprendistato alla somministrazione. Quest'ultima però non deve essere ulteriormente tassata, pena l'indebolimento delle occasioni d'impiego per i giovani». Che sono appunto i più interessati agli sviluppi del comparto. Una ricerca di BeTheBoss.it, portale leader del franchising, in collaborazione con QuickFair, specializzata nella realizzazione di fiere low cost, confer-

ma questo identikit del franchisee. Dall'analisi, di tipo qualitativo, emerge che le fasce di età più rappresentate da Nord a Sud sono quelle tra i 30 e i 40 anni (35,6% degli affiliati), che il contatto con il mondo del franchising è avvenuto nell'ambito della ricerca di un lavoro (tra il 72,4%) o navigando in internet (51,7%) e che coloro i quali vorrebbero aprire un punto vendita hanno nella maggior parte dei casi un impiego a termine (46,4%) o a tempo indeterminato (29,2%). I settori di attività scelti, sulla base delle prospettive economiche del comparto (73%) o degli interessi personali degli affiliati (46%), sono diversi: per gli uomini il food e la telefonia, per le donne l'abbigliamento. Tra le difficoltà segnalate, l'eccessivo importo dell'investimento iniziale necessario per affiliarsi (21,8%) e le condizioni proposte dal franchisor (43,6%): «Il franchising crea non solo nuove imprese ma anche nuova occupazione nei punti vendita - commenta Giuseppe Bonani, consigliere di BeTheBoss.it e co-fondatore di Assofranchising -. Si stima che ogni punto vendita dia lavoro in media a tre persone. Ma per far decollare il comparto serve più dialogo tra franchisor e franchisee, che spesso lamentano difficoltà di comunicazione e di accesso alle informazioni».



FOTOGRAMMA

### La rete

**5.548**

**Flessibilità**  
Sono oltre 5mila i contratti di apprendistato nel franchising

**22 miliardi**

**Giro d'affari**  
I negozi affiliati in Italia fatturano più di 22 miliardi all'anno