

I negozi in franchising prediletti da un italiano su tre



La ripresa dei **consumi delle famiglie**, registrata nel 2017, potrebbe consolidarsi nel 2018, come già dimostra l'aumento della spesa alimentare emerso nei primi mesi. Uno degli avamposti della rete distributiva nazionale, qualificato a intercettare questo flusso, è il canale dei negozi in franchising, che, secondo un recente sondaggio, è uno dei prediletti dagli italiani.

Presenti in tutte le Regioni, i 51 mila negozi in franchising registrano mediamente circa 300 milioni di visite totali di consumatori l'anno e fatturano 23 miliardi di euro annui (*dati 2017 del Centro Studi "Salone Franchising Milano"*). I settori merceologici di punta sono rappresentati dal food e dall'abbigliamento, caratterizzati da una sempre crescente specializzazione.

Nel comparto food i negozi più frequentati sono: gelaterie, caffetterie, yogurtherie, ristoranti a tema ed etnici, pizzerie, piadinerie, birrerie, street food, locali vegetariani/biologici. Nel comparto abbigliamento: calze e intimo donna, abbigliamento bambino, calzature, camicerie, abbigliamento donna, cravatte, accessori e pelletteria.

I negozi in franchising sono gestiti da imprenditori indipendenti affiliati a una delle 970 catene commerciali

operanti in questo comparto in Italia. Sono predilette dal 36% dei consumatori, quindi da 1 consumatore su 3 soprattutto in virtù della percezione di una maggior tutela e controllo sulla qualità dei prodotti (51%); perché l'insegna conosciuta garantisce una maggiore affidabilità (26%); perché il livello di servizio e di confort ambientale è maggiore, specie per le piccole catene (23%); perché i prezzi sono fissi di default (22%) (Dati del survey del Centro Studi "Salone Franchising Milano", aprile 2018).

*"La tendenza non è solo quella dell'acquisto d'impulso, ma anche del normale conosciuto, cioè dell'acquisto predefinito in negozi dalle insegne conosciute e rassicuranti – spiega **Antonio Fossati, Presidente del Salone Franchising Milano** – I negozi in franchising rispondono a questi requisiti e, in virtù della formula stessa della affiliazione, con prezzi pianificati ed uniformi su tutta la rete".*

Il survey riferisce anche che nella rete dei negozi in franchising una spesa singola si aggira tra i 50 e i 100 euro nel 41% dei casi, e tra 100 e 500 euro nel 39% dei casi. I negozi preferiti sono quelli di abbigliamento (51%), food (37%), servizi (19%).

Il sondaggio è stato svolto nel mese di aprile 2018 tra i frequentatori di siti franchising e del Salone Franchising Milano ed hanno risposto 5.100 persone così caratterizzate: 63% di età tra i 35/54 anni, 19% sopra i 55, 17% tra i 18/34; il 66% del campione è composto da maschi, il 33% da femmine.

Tra coloro che hanno risposto il 29% sono manager; il 13% quadri superiori; il 22% liberi professionisti; il 10% impiegati; il 5% commercianti. Dunque si tratta in maggioranza di persone evolute che hanno dichiarato di saper riconoscere un negozio in franchising, anche se non contrassegnato da un marchio che lo evidenzi.

Il sondaggio completo sarà presentato nel corso della 33° edizione del Salone Franchising Milano, che si terrà dal 25 al 27 ottobre 2018 a Fieramilanocity, organizzato da Rds Expo e Campus Fandango Club, in collaborazione con Fiera Milano. **Il Salone guarda anche oltre il franchising, con un focus particolare sull'andamento globale del retail ed il suo futuro.**

La fiera è ormai l'unico evento di respiro nazionale nel settore del franchising, cui partecipano, con propri stand e workshop, tutte le associazioni di settore: Assofranchising, Confimprese, Federfranchising.

Oltre il momento espositivo, il Salone presenta: la nuova edizione del talent show Re.Start-Smart Up Your Business per tutti coloro che hanno un'idea innovativa e vogliono realizzarla; Future Store, prodotti, servizi e soluzioni per portare il futuro nel negozio; la Franchising School gratuita su come entrare nel mondo dell'affiliazione; i Percorsi di Vita, raccontati da franchisee di successo e molto altro ancora.