

## Mi metto in proprio UN'IMPRESA? MEGLIO IN FRANCHISING

✱ di Elisa Di Battista

**L'idea di aprire un negozio vi stuzzica da un po', ma non sapete da che parte iniziare: in quale settore conviene investire? Come si gestisce ogni cosa, dalla location, agli arredi, alla merce? Il franchising può essere un compromesso tra la voglia di diventare imprenditori e il timore di non saper fare tutto da soli.**

Sono oltre 54mila i negozi in franchising in Italia, per un totale di 883 marchi, secondo il *Rapporto Assofranchising 2010* (+1,3% punti vendita dal 2009). I negozi sono concentrati soprattutto nel Nord-Ovest (38,2%), nel Centro (21,2%), nel Nord-Est (21,1%) e infine nel Sud (19,5%), per oltre 186mila occupati (+ 3,3% dal 2009).

Il franchising è un accordo di collaborazione tra un'azienda (*franchisor* o affiliante) con una formula commerciale consolidata, e uno o più imprenditori (*franchisee*, o affiliati) che aderiscono con un contratto che può durare tra i 3 e i 6 anni, rinnovabile. L'affiliato trae vantaggio perché acquisisce il *know-how* dal franchisor, cioè le istruzioni e la formazione per lanciare il punto vendita in fase di start-up (e un supporto successivo, se occorre), oltre alla licenza d'uso del marchio, all'arredo ed eventuali macchinari. In cambio, l'affiliato deve pagare al franchisor un *fee* d'ingresso e le *royalty* (canone dal 3 al 10% sul fatturato). «I *fee* d'ingresso», spiegano da Assofranchising, «variano a

seconda del brand: da 5mila a 50mila euro; le *royalty* a seconda del prodotto», ma alcune nuove insegne azzerano i *fee* e addirittura le *royalty*.

Come si apre un franchising? Innanzitutto, si decide il settore merceologico, individuando i marchi operanti e considerando che i più noti e meno giovani hanno costi maggiori. Il passaggio più importante è la scelta della location, che deve essere ben visibile e in un luogo frequentato. Bisogna poi contattare l'azienda per capire quanti affiliati hanno chiuso o cambiato gestione (il franchisor deve dichiararlo per contratto) e stilare un *business plan*, che è la base su cui operare. Il tutto, ovviamente, con partita Iva. L'investimento iniziale è variabile: da poche centinaia di euro per un'agenzia immobiliare a circa 5mila euro per un franchising nell'editoria o nel turismo, superando i 120mila per i noti marchi di abbigliamento e ristorazione. Tra *royalty* e costi, alla fine il guadagno reale corrisponde a circa il 20-30% del fatturato.

«Uno dei settori che ora vanno per la maggiore», rac-

conta Gabriele Fontana, responsabile Sviluppo e Marketing di [Aprireinfranchising.it](http://Aprireinfranchising.it), «è quello dei servizi postali, ma anche le yogurterie stanno prendendo piede. Non è fondamentale aver già avuto attività commerciali, ma conta una certa propensione imprenditoriale». Secondo un questionario sottoposto nel 2011 a 4230 nuovi franchisee da [Aprireinfranchising.it](http://Aprireinfranchising.it), gli investimenti più frequenti (oltre il 70%) sono quelli fino a 20mila euro, mentre appena il 2% investe oltre 100mila euro. Gli affiliati hanno nel 36% dei casi 31-40 anni, e da 21 a 30 nel 31%. Per lo più aprono un franchising per cambiare lavoro (39%), perché disoccupati (32%) o per investimento (26%).

Antonella Bennici nel 2008 ha lasciato un lavoro da impiegata per aprire ad Agropoli (Salerno) un punto vendita del marchio *La Yogurteria* ([www.layogurteria.it](http://www.layogurteria.it)), con un investimento iniziale di circa 30mila euro tra arredamento, frigo e macchinari e nessuna *fee* né *royalty*, ma con l'obbligo di acquistare per almeno 5 anni il prodotto dalla casa madre. «Non avevo esperienze precedenti nel settore: l'azienda mi ha insegnato a preparare lo yogurt e ho fatto 15 giorni di formazione in un punto vendita. Per aprire il negozio ci sono voluti circa 4 mesi tra contatto con l'azienda, scelta del locale e inaugurazione. Agropoli è turistica e si lavora molto in estate, dalle 11 del mattino alle 4 di notte e bisogna essere almeno 3 in negozio. Fatturiamo circa 100mila euro all'anno e in 18 mesi si iniziano a vedere gli utili».

Una formazione post laurea, invece, ha spinto Fabrizio Russo, 32 anni, ad avviare 4 anni fa un punto vendita di *Mr. Cucito* ([www.mrcucito.net](http://www.mrcucito.net)): «Ho sempre voluto lavorare in proprio e dopo la laurea in Giurisprudenza, un master in Management e Distribuzione e uno in Risorse Umane, ho aperto il primo punto vendita a Bologna». Un franchisee di questo brand richiede 14mila euro d'investimento e porta a fatturati di circa 70mila euro annui. «Ora gestisco direttamente 4 punti vendita», prosegue Fabrizio, «seguo l'apertura di nuovi franchisee e formo i futuri affiliati».

Su questo tema si svolge a Roma il ChancExpo dal 10 al 12 maggio ([www.chancexpo.it](http://www.chancexpo.it)), mentre dal 9 al 12 novembre c'è il Salone Franchising Milano ([www.salonefranchisingmilano.com](http://www.salonefranchisingmilano.com)).

**ALTRI APPROFONDIMENTI E INTERVISTE SUL SITO [WWW.WALKONJOB.IT](http://WWW.WALKONJOB.IT)**

# SYNESIS

Forum

MILANO  
24 APRILE 2012

PRESSO LA SEDE DEL Gruppo 24ORE  
VIA MONTE ROSA, 91 (MM1 Lotta)  
dalle 09.30 alle 17.00

- orientamento al lavoro
- incontra le aziende della tua carriera

[www.synesisforum.it](http://www.synesisforum.it)

SAVE  
THE DATE!

