

Italia. SONDAGGIO: AUMENTANO LE DONNE IMPRENDITRICI, 20 MILA NEL FRANCHISING

SEMPRE PIU' DONNE ENTRANO NEL FRANCHISING

Per la prima volta un sondaggio racconta l'esperienza di 20 mila donne imprenditrici che hanno aperto un punto vendita in affiliazione: i perché di una scelta, gli ostacoli, il successo

(Milano 23 ottobre 2013) - Le donne si avvicinano sempre più al franchising: la percentuale di donne che aprono punti vendita, o offrono servizi al pubblico, in affiliazione è in continua crescita, specie nell'ultimo quinquennio recessivo: sui 54 mila imprenditori affiliati nel 2012 in Italia la percentuale di donne è del 38% nel 2012, dunque più di 20mila donne imprenditrici, quando era del 31% nel 2008. Una crescita coerente con quella del comparto del franchising che occupa in Italia 186 mila commessi (oltre ai 54 mila affiliati titolari) e sta espandendosi all'estero con oltre 7 mila punti vendita, con un fatturato annuo di 180 milioni di euro nel 2012.

Quali motivazioni spingono le donne verso il franchising, come entrano nel mondo dell'affiliazione e con quanto successo? Un'indagine sul franchising al femminile è stata realizzata, per la prima volta, dalla fiera specializzata "Franchising Nord", interpellando nel settembre scorso un campione di 500 donne (e 500 maschi) tra i visitatori della fiera.

Il sondaggio mostra uno spaccato per molti versi sorprendente: le donne sembrano essere più selettive degli uomini nello scegliere il settore di affiliazione, più concrete nell'aderire alle proposte dei franchisor, più decise nell'affrontare la prima fase in cui si affrontano finanziamento e pratiche per l'apertura di un punto vendita, più fiduciose nei propri mezzi e, alla fine, più soddisfatte delle scelte compiute.

Per questo la 4° edizione di "Franchising Nord" darà ampio spazio alla condizione femminile nel franchising, con un workshop sul tema in cui verranno presentati i risultati completi della ricerca, testimonianze di franchisor e franchisee, le analisi di esperti e consulenti (a Piacenza Expo, dal 24 al 25 maggio 2014, organizzata dalla milanese QUICKFairs® e dal portale BeTheBoss.it, www.fieradelfranchising.it).

A corredo del sondaggio, Franchising Nord presenta quattro case history al femminile (due franchisor e due franchisee) e il commento di un autorevole esperto del settore, l'avvocato Donatella Paciello.

I RISULTATI DEL SONDAGGIO

Come e perché le donne si avvicinano al franchising?

Il sondaggio di Franchising Nord riferisce che il 35,4% delle donne sono alla ricerca di un lavoro, il 31,6% proviene da un precedente lavoro indipendente, il 22,8% da un lavoro dipendente precario, il 4,4% da un lavoro dipendente fisso (si vedano i grafici allegati). Dati che testimoniano l'intraprendenza delle donne, assai ben disposte a mettersi in proprio per trovare una propria collocazione nel mondo del lavoro, ma anche disponibili a lasciare lavori precari o fissi.

Intraprendenti, ma anche più riflessive ed esigenti degli uomini: quasi tutte prima di discutere il loro progetto con un franchisor valutano le opportunità di almeno due settori merceologici (l'85,7% contro il 61,9% degli uomini). Ed alla fine i settori merceologici preferiti dalle donne per aprire un punto vendita in affiliazione sono, nell'ordine: alimentari, ristorazione rapida, abbigliamento, calzature e accessori, bigiotteria, erboristeria.

Le donne sembrerebbero avere maggior senso pratico, ritenendo il livello di investimento richiesto per avviare l'attività un criterio fondamentale per la propria decisione (è così per oltre due terzi delle donne contro un terzo degli uomini)

Anche la scelta delle consulenze e assistenze tecniche dimostra maggiore concretezza da parte delle donne: mentre solo 38% dei maschi che si sono messi in proprio dichiarano di essersi consultato con una banca, l'hanno fatto quasi tre quarti delle donne imprenditrici (71,4%). Rivolgersi ad una banca è il primo passo delle donne, mentre gli uomini sembrano preferire, come prima cosa, consultare il proprio commercialista.

Prestando più attenzione nella fase di valutazione delle proprie scelte, non a caso il livello di soddisfazione delle donne, una volta entrate nel business è maggiore: 60% di esse si dichiara molto soddisfatte (contro il 31,3% degli uomini) ed il 40% piuttosto soddisfatte (contro il 31,3% degli uomini).

Cosa chiedere a Governo e Parlamento per far ripartire il mercato del lavoro?

Per le donne bisogna ridurre le tasse alle imprese (68,1%) e le tasse ai privati (62,1%), poi favorire l'accesso al credito per i giovani (54,5%). Meno favore incontra nelle donne la proposta di agevolare il credito agli operatori del franchising: 40,5% contro il 47,1% degli uomini.

*“Il dato più significativo che emerge dall'inchiesta - ha commentato l'avvocato **Donatella Paciello, consulente legale di Assofranchising e di Franchising Nord** - è la maggiore attenzione che le donne prestano alla fase che precede la sottoscrizione del contratto di franchising. Accanto alle informazioni che, per legge, il franchisor è tenuto a fornire al franchisee, almeno trenta giorni prima della sottoscrizione del contratto, può essere molto utile per il potenziale franchisee acquisire prima della firma del contratto stesso ulteriori informazioni sia pure non obbligatorie per legge: si pensi ad esempio ai bilanci che, se richiesti, devono essere forniti all'affiliato. E' altresì molto importante che l'affiliato consulti i franchisee già inseriti nella rete di vendita, di cui il franchisor deve fornire una lista aggiornata, al fine di testarne l'indice di soddisfazione”.*

“E' dunque importante - ha precisato l'avvocato Paciello - rivolgersi a consulenti legali esperti in materia, prima di sottoscrivere il contratto, perché il franchising è una formula contrattuale che, accanto a clausole di contenuto inderogabile, consente di inserire nel contratto clausole specifiche adatte alle esigenze delle parti, al settore merceologico, al tipo di prodotto o servizio oggetto del franchising stesso”.

LA PAROLA ALLE DONNE

*“Tra noi franchisor non sono molte le donne che ho incrociato, mentre tra gli affiliati la frequenza ed influenza femminile sta invece decisamente aumentando - riferisce **Nicoletta La Battaglia, Franchising Manager di Celio* Italia Spa**, franchisor - io sono arrivata a seguire il progetto di espansione in franchising non per un caso, ma per mettere al servizio dei nostri investitori tutta la mia esperienza nel retail. Le donne affiliate sono decisamente più attente degli uomini ai dettagli, cominciando dall'analisi del contratto, passando per la fase di progettazione e realizzazione del punto vendita, per finire con la cura giornaliera dell'esposizione della merce, inoltre seguono con grande interesse tutte le formazioni offerte. Alcune si auto-finanziano investendo capitali propri, altre cercano aiuto dalle banche o tramite progetti di imprenditoria femminile”.*

*“Mi sono occupata per 40 anni di alimentazione di cani e gatti - spiega **Vilma Tosco, general manager della Pets Planet di Cuneo**, franchisor - ma l'idea vincente la ho sviluppata nel 2002: fare un servizio di consulenza personalizzata e consegne a domicilio dei nostri prodotti, tutto in franchising. Proponiamo dunque un 'consulente nutrizionale' che possa studiare caso per caso l'alimentazione migliore per l'animale. Ho creato, con successo, una rete di 72 affiliati che offre questo servizio a domicilio. Secondo me il franchising rappresenta una grande opportunità, anche per le donne. Bisognerebbe però fare due cose: individuare quei franchisor privi di scrupoli che truffano la gente e danneggiano il mercato; poi realizzare delle fiere B2B itineranti”.*

*“La maternità mi aveva penalizzata portandomi a chiudere la mia attività di rappresentante - racconta **Letizia Regoli, affiliata Bimbus a Siena** - ma poi ho scoperto il progetto “Mamme fanno impresa” di PrecaBrummel che viene incontro all'affiliata. Così ho trovato un finanziamento da una finanziaria cittadina, più vantaggioso di quanto proponevano le banche e sono partita. Consiglio il franchising a tutti, principalmente perché puoi condividere il know-how col franchisor, elemento fondamentale per un'attività commerciale”.*

*“Lavoravo già in un negozio di articoli per l'infanzia - racconta **Alessandra Palmieri affiliata Bimbotta a Vignola (Modena)** - ma ero stanca e poco soddisfatta, quindi ho pensato di mettermi in proprio. Ho trovato il franchisor ideale per me sul web e con un finanziamento non eccessivo ho aperto il punto vendita, con successo. Devo dire però che non ho trovato né incentivi, né facilitazioni, neppure in Camera di Commercio, ho fatto tutto da sola. Sono molto soddisfatta, ma credo che il franchising abbia bisogno di finanziamenti agevolati e semplificazioni burocratiche”.*

- In allegato una selezione dei grafici del sondaggio

Chi è “BeTheBoss.it”

BeTheBoss.it fa parte di un network internazionale, casamadre a New York, ed è stato importato in Italia nel 2004 da un team di giovani imprenditori. Negli anni si è affermato come il portale di riferimento nel settore franchising. Ogni mese, sono 70.000 i potenziali franchisee che visitano BeTheBoss.it ed entrano in contatto con circa un centinaio di proposte di franchising (www.betheboss.it).

Chi è QUICKFairs®

E' il primo organizzatore di fiere low-cost in Italia e realizza i suoi eventi all'insegna dell'efficienza di costi e di tempo per gli operatori, rendendo più facile fare affari in un ambiente professionale. Fondata nel 2010, ha già realizzato con successo 6 fiere nei settori del commercio e dell'industria. (www.quickfairs.net)