

IL SALONE DEL FRANCHISING SI TERRA' IN OTTOBRE IN FIERA MILANO A RHO-PERO, IN CONCOMITANZA CON EXPO E HOST

Cresce il franchising nei primi quattro mesi del 2015, trainato dal food - Peraboni (Fiera Milano): Milano e la sua Fiera sono la casa del franchising - La 30° edizione del Salone ancor più orientata ai mercati esteri - Una nuova app per incrociare domanda e offerta tutto l'anno

(Milano, 6 luglio 2015) - Lo storico Salone del Franchising di Milano, che quest'anno compie 30 anni di attività, cambia date e location: si terrà dal 23 al 26 ottobre 2015 in Fiera Milano a Rho/Però. Il Salone si terrà in contemporanea, ed in sinergia, con Host, la fiera della hotellerie e del food service. E la vicinanza con Expo2015 potrà favorire l'interscambio tra gli operatori commerciali del Salone e di Expo.

La 30° edizione del Salone del Franchising, organizzata da Rds & Company in collaborazione con Fiera Milano, sarà un'edizione speciale caratterizzata dall'apertura ai mercati esteri, nuove presenze e nuovi servizi.

Il Salone cade in un periodo in cui il settore del franchising registra una crescita, dopo anni di tenuta sostanzialmente statica: nel primo quadrimestre 2015 il settore è cresciuto del 0,4% come numero di catene franchising operanti in Italia, e ha raggiunto un valore di giro d'affari pari al 1,4% del PIL italiano, con un fatturato medio per ogni catena di 23 milioni di euro e 1.200 addetti (dati Centro Studi RDS & Company). Il settore che traina questa ripresa, ancor debole ma in linea con l'andamento dell'economia italiana, è proprio la crescita del franchising nel comparto del food, che fa segnare un + 6% rispetto all'anno precedente.

*"Il Salone del Franchising è cresciuto anno dopo anno - ha dichiarato **Corrado Peraboni, amministratore delegato di Fiera Milano** - trovando in Milano, e nella sua Fiera, la collocazione ideale. Nessun'altra città più di questa ha i numeri per accreditarsi come "start-up town", poiché ha nel proprio Dna i valori alla base della formula del franchising: il dinamismo e la voglia di fare impresa contando solo su un'idea e sulla fiducia in se stessi. Il Salone del Franchising sarà ancora una volta l'appuntamento giusto per chi, in particolare i giovani, è determinato ad aprire una sua attività, ma cerca il modo di farlo con un capitale iniziale accessibile ed il supporto di un'esperienza già collaudata. Per tutti questi aspiranti imprenditori l'appuntamento non può essere che a Fiera Milano".*

"Trenta volte futuro" è il claim di questa edizione speciale del Salone, che festeggia i 30 anni di attività, ma è totalmente proiettata verso il futuro. Saranno favoriti l'arrivo di operatori professionali anche dall'estero e una spinta all'internazionalizzazione, tenendo anche conto che il numero dei franchisor italiani che hanno aperto reti all'estero ha fatto segnare +4% rispetto allo scorso anno, e sul totale Italia sono ormai il 17% i franchisor che hanno avviato progetti di internazionalizzazione, dato più che raddoppiato negli ultimi 7 anni.

La formula del franchising è infatti considerata dalle aziende come una leva assai efficace per aprire il processo di internazionalizzazione del "Made in Italy". Tra i punti vendita in franchising aperti all'estero troviamo al primo posto i negozi food, come pizzerie, gelaterie, yogurtherie, pub ed altro, con una attenzione particolare per mercati come Regno Unito, Germania e Francia, ma anche Cina, Emirati Arabi e Russia.

*"Il Salone va ormai considerato come un hub del settore - ha spiegato **Antonio Fossati, presidente RDS & Company** - qui si trovano le catene più importanti del franchising, qui incontrano i potenziali franchisee, qui fanno networking. Tra le novità del Salone il fatto di essere aperto tutto l'anno on line, grazie a "365 giorni on", un sistema di matching web, e una nuova App che consente alle catene espositrici di proseguire l'attività di ricerca franchisee in ogni giorno dell'anno. Ma se l'attività nel digitale diviene sempre più importante, non potrà mai sostituire un appuntamento fieristico annuale. Lo possono confermare due espositori della prima edizione del 1985, Mondadori e Bata, che ancora oggi sono con noi".*

Nel 2014 il Salone ha avuto 200 insegne espositrici e 13.700 visitatori, divisi principalmente tra il 52% di aspiranti franchisee e il 20% di commercianti. Le previsioni per la 30° edizione sono di un ampio superamento di queste numeriche.

I target principali della 30° edizione del Salone sono: coloro che vogliono mettersi in proprio, specie i giovani; i negozianti interessati alla formula del franchising; gli investitori di fondi o aziende; i retailer e gli operatori internazionali.

Tra le novità di questa edizione: le attività organizzate con CNCC, Consiglio Nazionale Centri Commerciali; il progetto pilota

della Regione Lombardia per favorire le start up in franchising; Find Franchising, il motore di ricerca del franchising; la prima App europea di un salone franchising. Ed inoltre nuovi e sempre più qualificati servizi per il settore come la Franchising School (formazione per aspiranti franchisee) Franchising Factory (consulenza alle start up), Agorà (dibattiti e convegni), International Lounge (delegazioni estere).