

Milano. GRANDE SUCCESSO DELLA 31° EDIZIONE DEL SALONE FRANCHISING: + 18% DEI VISITATORI

Presenti le maggiori catene, il salone invitato a organizzare un'area italiana alla Fiera franchising di Pechino

(Milano, 5 novembre 2016) - Si è chiusa oggi la 31° edizione della fiera Salone Franchising Milano, organizzato da RDS e Fiera Milano. che ha fatto registrare un grande successo, confermandosi come l'appuntamento annuale del mondo del franchising. Oltre 200 i marchi rappresentati negli stand, con un balzo in avanti del 18% dei visitatori giornalieri, cioè dei potenziali affiliati o franchisee. In totale i visitatori sono stati 14mila in 3 giorni di fiera, che erano 4 nella edizione 2015.

La 31° edizione è stata caratterizzata dalla presenza delle maggiori catene del franchising (in totale operano in Italia 950 catene tra grandi e piccole), dalla ancora più accentuata specializzazione dei negozi, specie nei settori guida del food e della moda, e dalla crescente internalizzazione. Presenti in fiera una delegazione cinese che ha presentato il progetto Tuscany Village Feeling con l'obiettivo di portare le catene italiane nei centri commerciali e nei centri urbani della Cina. Inoltre il Salone Franchising Milano è stato ufficialmente invitato a organizzare un'area italiana alla Fiera del Franchising di Pechino, il 5 maggio 2017.

Uno dei temi discussi nel salone è il controverso rapporto tra le catene del franchising (franchisor) e i 51mila affiliati che hanno aperto negozi o centri servizi in franchising. Ad oggi non sono più dell'8% i punti vendita in affiliazione che affiancano la vendita on line a quella in negozio, secondo uno studio del portale BeTheBoss.it. Emerge una resistenza ed una diffidenza di base dell'affiliato a portare la sua attività anche on line, come se la vendita in digitale possa essere concorrenziale con quella fisica nel punto vendita, come riportato da un sondaggio presentato in Salone da Confimprese e Largo Consumo.

"La soluzione a questa empassa deve venire dal franchisor - ha spiegato Antonio Fossati, presidente del Salone e consulente aziendale di RDS and Company - sta a lui sviluppare un format da proporre a tutti i suoi affiliati che sia attraente e vantaggioso, anche economicamente. Franchisor e franchisee devono essere accomunati dalla stessa dinamica digitale, bisogna concentrare le energie e non separarle. Comunque sta crescendo l'interesse per questa complementarità di on line e off line, tanto più che i consumatori gradiscono la formula 'click and collect', cioè compro sul web e ritiro in negozio".

Altra tematica affrontata al Salone è stata quella delle start up nel franchising: in Italia sono attive circa 6.000 start up ed alcune di queste hanno le potenzialità per entrare anche nel settore del franchising. Le storie di successo dei franchisor e dei franchisee sono state presentate al pubblico, rispettivamente dalla giornalista Elena Delfino, collaboratrice del Salone e dalla società di consulenza Quadrante Franchising.