

32° Salone del Franchising Milano CRESCE IL NUMERO DEI GIOVANI CHE SI AVVICINANO AL FRANCHISING

Sono 150 mila nel 2016 – Credono nell'auto-imprenditorialità e nella riduzione del rischio d'impresa grazie alla formula dell'affiliazione – Chi sono e cosa fanno in un sondaggio del Centro Studi del Salone Franchising Milano

(Milano, 26 aprile 2017) – Ogni anno 150mila giovani si avvicinano al franchising per verificare la possibilità di entrare nel mondo del commercio in affiliazione. Lo fanno perché desiderano divenire imprenditori di sé stessi e nella prospettiva di ricavare un soddisfacente successo economico. Sorprendentemente, non sono motivati dalla difficoltà di trovare un posto fisso o dalla disoccupazione. La loro aspirazione è quella di aggiungersi ai 51mila franchisee che hanno già aperto un negozio o un centro servizi in franchising e quindi entrare in un comparto che, seppur limitato, ha fatturato 23 miliardi di euro nel 2016. E' quanto emerge da un sondaggio del Centro Studi del Salone Franchising Milano (SFM), la fiera nazionale di settore che si terrà dal 12 al 14 ottobre 2017 in Fiera Milano.

Inoltre il numero di giovani attratti dal franchising aumenta sempre più di anno in anno. I 150mila giovani appartengono alla fascia tra i 25 ed i 35 anni e rappresentano il 32,5% dell'intero "popolo del franchising", stimato in 500 mila persone. La crescita dei giovani nell'ultimo biennio è ben definita: 29,5% nel 2015, 32,5 % nel 2016.

Il sondaggio svolto dal Centro studi del Salone Franchising Milano, ha cercato di scoprire il profilo dei 150mila giovani potenziali franchisee.

Per il 60% sono maschi (ma il numero delle donne è in aumento), che provengono dal Nord Italia (65%), dal Sud (22,5%) e dal Centro (12,5%). E la percentuale dei giovani del Sud Italia è più alta di quella media del popolo dei franchisee, segno che aumenta l'interesse dei giovani meridionali per il commercio in affiliazione.

I settori commerciali più interessanti per i giovani sono il food (31,5%), moda e abbigliamento (30%), articoli per la persona (12,5%). Sono per lo più impiegati (27%), commercianti (15%), lavoratori autonomi (15%), piccoli imprenditori (10%), studenti (10%). Solo l'8% degli intervistati sono disoccupati. E la motivazione principale che li spinge verso il franchising è prima di tutto la voglia di auto-imprenditorialità (53%), l'aspirazione a soddisfazioni economiche (49%), la fiducia nella distribuzione moderna (25%). Mentre solo il 6% di essi è mosso dalla difficoltà di trovare un posto fisso. Infine, circa il 60% degli intervistati dichiara che ha fiducia nel franchising perché la formula riduce i rischi grazie alla presenza di un franchisor che mette a disposizione marchio, know-how ed assistenza. E sono pronti a fare discreti investimenti in fase di avviamento: il 44,5% dichiara di voler improntare fino ad un massimo di 25mila euro, e il 35,5% dichiara di esser pronto a arrivare fino a 50mila euro.

*"Non sarà certo il franchising a sconfiggere la disoccupazione giovanile – ha commentato **Antonio Fossati, Presidente di RDS Expo (società del Campus Fandango Club) che organizza il Salone Franchising Milano**– Però i dati del sondaggio sottolineano una ben definita tendenza giovanile a mettersi in proprio, già nota col fenomeno delle start up, che pone il franchising tra le forme moderne del retail più promettenti. E per incontrare i giovani, la 32° edizione del Salone Franchising Milano ha organizzato, con Fandango Club, il talent show "Re.Start – Smart Up Your Business" aperto a tutti coloro che presenteranno progetti innovativi per il retail".*

- La ricerca completa del Centro Studi SFM sarà presentata nel corso del Salone Franchising Milano (12/14 ottobre 2017). In allegato un'anticipazione delle prime tabelle.