

IL SUCCESSO DELLE DONNE NEL FRANCHISING

Le statistiche del 2016 confermano il trend di crescita: oggi rappresentano il 35% degli imprenditori franchisee - Le donne chiudono positivamente un contratto in affiliazione il 15% in più degli uomini

(Milano, 29 giugno 2017) - L'imprenditoria femminile cresce in Italia, anche nel franchising, il settore del commercio e dei servizi in affiliazione che ha un giro d'affari di 23 miliardi annui. Tra i 51.000 franchisee titolari di un negozio o un centro servizi in franchising, le donne risultano essere 17.800 a fine 2016, pari al 35% del totale (con un aumento del 2% rispetto al 2015). Una crescita analoga si registra nel popolo del franchising, cioè tra quel mezzo milione di italiani che ogni anno si avvicina con interesse alla formula del franchising: qui le donne sono 160.000, pari al 32% del totale (con un aumento dell'1,8% rispetto al 2015). Ed infine una conferma viene dalla fiera di settore, il Salone Franchising Milano, che ha registrato tra i suoi visitatori il 31% di donne (con un aumento del 4% rispetto al 2015).

Risulta anche che le donne chiudono positivamente un contratto di affiliazione il 15% in più degli uomini, confermando intuito imprenditoriale e spiccate capacità manageriali: pur essendo maggiore il numero degli uomini che si avvicinano al mondo del franchising è maggiore il numero delle donne che chiudono effettivamente un contratto e divengono franchisee.

*"Esattamente come gli uomini, ormai le donne sembrano preferire forme di autoimprenditoria - spiega **Antonio Fossati, Presidente del Salone Franchising Milano** - Nel franchising crescono anno dopo anno e sono arrivate ad una quota del 35% sul totale degli imprenditori franchisee. Hanno successo nel commercio in affiliazione anche perché sembrano essere migliori degli uomini nell'organizzare il negozio e la gestione delle risorse e nell'ascoltare la clientela e le loro necessità. Appaiono inoltre più fortemente motivate in quanto intraprendono la nuova avventura come una vera scelta di vita, tanto che le catene franchisor apprezzano sempre più le loro candidature".*

I settori merceologici preferiti dalle donne sono, nell'ordine: Food (31%), Fashion (27%), Servizi alla persona (18%), Commercio specializzato (11,5%), Articoli per la casa (6%). Come primo investimento per aprire un punto di vendita, le donne prediligono per il 49% la fascia fino a 25mila euro; per il 26,5% la fascia fino a 50mila euro, per il 13,5% la fascia fino a 100mila euro. Le donne che si avvicinano al franchising appartengono per lo più alla fascia d'età tra i 30 ed i 40 anni ed hanno quasi tutte una precedente esperienza lavorativa: impiegate (24%), commercianti (17%), libere professioniste (16%), imprenditrici (15%) (Dati elaborati dal Centro Studi Rds Expo-Salone Franchising Milano).

Anche in considerazione del trend di crescita delle donne imprenditrici nel franchising, un noto settimanale femminile leader di settore è entrato come partner primario nell'organizzazione del Talent Show, una delle novità dell'edizione 2017 del Salone Franchising Milano (in Fieramilanocity dal 12 al 14 ottobre): verrà premiato il progetto di un negozio innovativo o di un concept rivoluzionario.

E il Salone proporrà servizi pensati soprattutto per le donne che si avvicinano al franchising. F-foryou, un servizio di consulenza gratuito nei giorni della fiera, incluso il Desk Counseling che assisterà le donne che tendono a valutare il proprio ingresso nel franchising come una impegnativa scelta di vita, non come un mero cambiamento di lavoro. E la Franchising School, corsi gratuiti su come mettersi in proprio e costruire la propria evoluzione professionale, evitando errori e truffe.

Salone Franchising Milano (SFM) ha compiuto 31 anni: dal 1985 è un incubatore e rampa di lancio per piccole catene in crescita, ma anche passerella per brand già noti che con il Salone hanno rafforzato la propria reputazione e visibilità. 2.500 aziende e 600.000 i visitatori sono passate da SFM in questi anni. SFM 2017, arrivato alla sua 32° edizione, cresce e raddoppia, grazie alla società Rds Expo, frutto della partnership tra RDS & Company, storico organizzatore di SFM, Fandango Club Spa, società specializzata in event management, marketing e comunicazione, e Fiera Milano. Salone Franchising Milano punta così a rafforzarsi, aumentando la sua forza di comunicazione e inserendo elementi di spettacolarizzazione, che faranno del Salone il punto di riferimento per i grandi brand di franchising e retail e per i brand con potenzialità di crescita, www.salonefranchisingmilano.com/it/Home.