

MF FOCUS

Franchising, in mostra i protagonisti del futuro

Oltre 100 insegne alla 36^a edizione del **Salone Franchising Milano**

Gode di buona salute, ed anzi mostra segnali incoraggianti di crescita sia del fatturato che degli occupati, il settore del franchising che dal 19 al 21 Ottobre torna protagonista con la 36esima edizione del **Salone Franchising Milano**. Organizzato da **Fiera Milano**, l'evento dedicato al mondo del Franchising e del Retail si presenta con un nuovo format, un'ampia varietà dell'offerta commerciale e un nuovo payoff, "Retail & Franchising Village" per mettere a disposizione dei futuri imprenditori le opportunità di avviare un business di successo e rafforzare le competenze per crescere di coloro che hanno già aperto un'attività. Sono oltre 110 le insegne che si daranno appuntamento all'**Allianz-MiCo**, a Milano, per una tre giorni dedicata al variegato mondo dell'affiliazione commerciale, comprese le nuove forme ibride di retail che arricchiscono il panorama. Al Salone sarà infatti possibile entrare in contatto con una pluralità di realtà e con diverse proposte commerciali che offrono una vasta scelta a chi vuole mettersi in proprio utilizzando volontà, passione e creatività. Presente all'evento con numerosi marchi di primo piano, la GDO, comparto tra i maggiori fruitori delle formule in franchising, ma molto rappresentata è anche la ristorazione - dalle hamburgerie ai ristoranti dai pub alle caffetterie - incontrando le richieste di un cliente sempre più esigente, curioso e fortemente



intenzionato a vedere trasformati i propri acquisti in nuove esperienze. Non mancano, poi, l'abbigliamento, l'hi-tech e l'elettronica di consumo, con una varietà di proposte capaci tanto di soddisfare l'utente quanto di offrire modelli di business diversificati per chi vuole mettersi in proprio. Tante anche le novità in linea con un mercato in continuo mutamento, alcune davvero curiose come le serre aeroponiche o le cantine subacquee, che necessitano di imprenditori capaci di credere nella forza della novità.

Tra gli espositori (il cui elenco completo è disponibile sul sito <https://expoplaza-salonefranchising.fieramilano.it/>) vi sono moltissimi marchi importanti, che sono anche partner dell'evento: dal Main Partner **Eurospin** a **WindTre Business**, **Carrefour**, **Scalo Milano**, **Nolostand**, **Reno**, **Anytime Fitness**, **Löwengrube** e **ISG**.

Settore in salute, buone le prospettive di crescita

Il fatturato del comparto non solo nel 2022 ha superato la quota di 30,9 miliardi di euro, crescendo del 7,1% rispetto al 2021, ma nel 2023 le previsioni stimano un ulteriore aumento nell'ordine del 3%. Dagli ultimi dati del Rapporto Assofranchising Italia 2023, dunque il settore tiene ed, anzi, sono aumentati i punti vendita in franchising attestandosi a 61.162 (+2,2% rispetto al 2021) e gli occupati, cresciuti del 6,2% (252.848). Stabili le insegne operative (954). Considerando i settori merceologici più performanti al primo posto si trova la GDO che, con un giro d'affari che supera gli 11 miliardi di euro, incide per il 37% sul fatturato complessivo del franchising. In seconda posizione l'abbigliamento (oltre i 7,5 mld), e a seguire i servizi (4,5 mld); la ristorazione in franchising supera invece i 3,2 miliardi. Con ben 9.955 store è la Lombardia a guidare la classifica delle regioni con il più alto numero di punti vendita, seguita dal Lazio (6.734) e poi da Campania (4.805), Emilia-Romagna (4.757) e Sicilia (4.665).



Il **Salone Franchising Milano** sarà un momento unico per sostenere le scelte imprenditoriali di quanti cercano l'opportunità di mettersi in proprio, investendo su se stessi, a un "rischio calcolato", ma soprattutto per favorire il confronto tra franchisor e franchisee in cui i proprietari delle insegne mettono a disposizione il loro know how per supportare l'investimento degli aspiranti franchisee. Il franchising è una formula vincente sia per l'azienda franchisor, che ha a disposizione un network crescente

Conoscenze e competenze per fare la differenza

Non solo esposizioni, ma anche formazione e informazione su un settore e un mercato moderno ed in continua evoluzione. Per tutta la durata della manifestazione, infatti, i visitatori avranno l'occasione di partecipare a moltissimi incontri tematici e seminari formativi per fare il punto sullo stato dell'arte del franchising e del retail scoprendo tendenze e strategie vincenti dei migliori brand del settore. Oltre 30 i convegni organizzati in questa edizione con al centro temi che vanno dalla digitalizzazione del franchising alle forme più rispondenti al futuro del mercato, dalla sostenibilità all'internazionalizzazione. Ad aprire le danze, nella prima giornata, un'importante ricerca Nomisma che analizzerà i principali trend a livello nazionale e internazionale del settore, illustrandone le criticità e lo stato di salute dei vari comparti che compongono le diverse categorie del franchising focalizzandosi sul ruolo dell'innovazione, dai diversi ed innovativi formati emergenti all'omnicanalità, al punto vendita e al consumatore. Seguirà un approfondimento sugli strumenti di credito e finanza che possono sostenere lo sviluppo delle imprese e uno sull'imprenditoria femminile, al quale parteciperanno le imprenditrici di successo che con le loro idee e progetti si sono affermate sul mercato. Tra le iniziative in programma, anche due **AREA ACADEMY** dedicate a coloro che si affacciano per la prima volta al settore ma anche a professionisti in cerca di spunti sempre più innovativi e avanzati.

sul territorio, che la orientano nel mercato e ne anticipano i cambiamenti, sia per lo stesso franchisee che può contare su un modello di autoimpiego strutturato e conveniente nel medio e lungo periodo.

L'evento sarà patrocinato da moltissime realtà del mondo del franchising e del retail a livello associativo: al patrocinio istituzionale di **Regione Lombardia** e **Comune di Milano**, si sono aggiunti infatti **Assofranchising**, **Confimprese** e **Federfranchising**, le tre associazioni che rappresentano il settore, il Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali (**CNCC**) e l'Unione Brand della Ristorazione Italiana (**UBRI**). Coinvolti anche molti media, non solo di settore, in grado di fare la differenza grazie all'esperienza e alle competenze maturate sul campo e di accompagnare i visitatori in fiera con importanti contenuti dedicati ai molteplici comparti che costituiscono il retail.

Premium Media Partner di Salone Franchising sarà **Largo Consumo**, mentre **Radio 24** è Media Partner dell'evento. Non mancheranno anche partnership con media specializzati come **Start Franchising**, **Beesness**, **Economy**, **Franchising Magazine**, **Horeca News** e **Vending News**, **Info Franchising**, **Aprire in Franchising**, **Lavoro e Franchising**, **Millionaire**, **Story Time**, **Quadrante Franchising**, **Retail&Food**, **Ristorazione Moderna**, **Distribuzione Moderna**, **Shopfitting Network**, **Wall Street** e **Il Settimanale**.

Per partecipare all'evento e per tutte le informazioni è possibile visitare il sito <https://www.salonefranchisingmilano.com/>

Tutti i dati e le informazioni contenuti nel presente focus sono stati forniti dal cliente, che ne garantisce la correttezza e veridicità, a soli fini informativi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

089504