Il Salone Franchising Milano apre i battenti dal 19 al 21 ottobre 2023 all'Allianz-MiCo

EVENTI

Salone Franchising, attesa per la 36° edizione: oltre 100 insegne protagoniste

- Salone Franchising Milano - Salone Franchising date - Salone Franchising ristorazione

Il **mondo dell'affiliazione commerciale** si prepara all'appuntamento di **Salone Franchising Milano**: svelata la 36° edizione (all'Allianz-MiCo, **19-21 ottobre**). Un momento di incontro per tutta l'industry retail italiana e per quanti vogliono diventare imprenditori di se stessi. L'appuntamento, infatti, offrirà una visione a 360 gradi sul settore, comprese le nuove forme ibride che arricchiscono il panorama. Già confermate oltre 100 insegne partecipanti e oltre 30 speaker che animeranno il main stage e il palinsesto di workshop e approfondimenti.

- Salone Franchising vetrina per un mercato dinamico: +3% di fatturato a fine 2023.
- Formazione al centro del Salone Franchising: spazio a workshop e approfondimenti.

Salone Franchising vetrina per un mercato dinamico: +3% di fatturato a fine 2023.

A movimentare l'attesa per l'inizio della manifestazione, **un settore in fermento:** il **fatturato del comparto, nel 2022,** ha superato la quota di **30,9 miliardi di euro (+7,1% rispetto al 2021)**. Positivo anche trend di crescita del **numero di punti vendita in franchising**, che ha raggiunto quota **61.162 in Italia** (+2,2% rispetto al 2021) e degli addetti occupati che sono saliti a 252.848 (+6,2% rispetto al 2021). Per quanto riguarda il 2023, infine,

NOTIZIE DEL GIORNO

I format Dufry e Autogrill vincono 6 premi ai FAB Awards 2023

Dalla farina alla birra, da Molino Spadoni 6 etichette per l'Horeca

Gelato Oggi porta a Roma il suo carico di gusti artigianali e stagionali

IGD SiiQ, Officine S 16mila mc a Livorno

089504

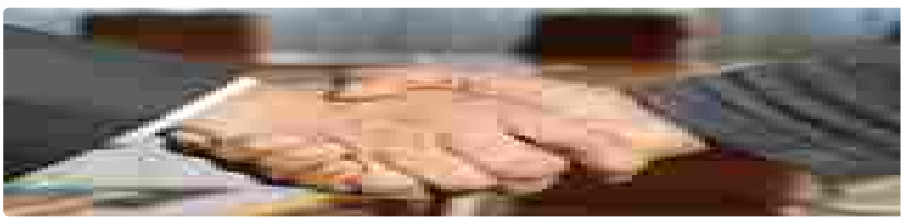
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

le prospettive appaiono rosse con una crescita di fatturato attesa nell'ordine del +3% che conferma l'efficacia del franchising come modello di sviluppo per il commercio al dettaglio. Grazie a un equilibrio che si gioca attorno al **concetto di "rischio calcolato"**, franchisor (chi possiede l'insegna) e franchisee (gli imprenditori affiliati) possono ormai contare su un know how consolidato e flessibile che, dopo le secche del Covid, è stato veicolo di rilancio per diversi settori. A testimonianza di ciò, **i marchi presenti** al Salone Franchising: dalla Gdo (Carrefour, Coop, Despar, Crai, ecc) al food retail (McDonald's, La Bottega del Caffè, I Love Poke, Befed, La Yogurteria, Doppio Malto, ecc), passando per i servizi, il beauty, la telefonia, ecc.

Formazione al centro del Salone Franchising: spazio a workshop e approfondimenti.

Uno spazio importante sarà dedicato alla **formazione**, strumento sempre più essenziale all'interno di un contesto dinamico e complesso di cui è necessario conoscerne a fondo le regole. Tra le iniziative in programma, **un'Area Academy** dedicata a coloro che si affacciano per la prima volta al settore ma anche a professionisti in cerca di spunti sempre più innovativi e avanzati. Per tutta la durata della manifestazione, i visitatori avranno l'occasione di partecipare a molti **incontri e seminari** formativi durante i quali i migliori brand del mercato del franchising organizzeranno sessioni tematiche e **workshop** in cui si affronteranno differenti topic, tra i quali: strumenti e analisi del settore, digital strategy, business plan, eCommerce e franchising, models comparing business.

Contenuti correlati



Confimprese accoglie 25 nuovi soci, spazio al food retail con 6 brand

Ford Transit Custom: il veicolo commerciale per la ristorazione

EVENTI | 18 Settembre 2023 STAMPA EMAIL CONDIVIDI

| SALONE FRANCHISING MILANO | FORMAZIONE | FRANCHISING

Articolo successivo: Out of Home Connect, Retail Hub al tavolo dell'innovazione food retail Avanti ›

089504

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Salone del Franchising Milano