



Comunicato Stampa

DAL NEGOZIO TRADIZIONALE AL NEGOZIO IN FRANCHISING: UNA RISORSA PER IL COMMERCIO

500 mila italiani si avvicinano ogni anno al franchising – Ma i negozi in affiliazione interessano anche finanziarie e fondi di investimento – il Salone Franchising Milano sigla un accordo con l'Ente Nazionale per il Microcredito

(Milano, 13 ottobre 2017) – Passare dal piccolo negozio tradizionale ad un negozio in franchising, un'alternativa che soprattutto i punti vendita in crisi stanno sperimentando con successo. Naturalmente il cambiamento richiede un'evoluzione concettuale da parte del negoziante che entrerà in contatto con una grande catena commerciale che porta in dote marchio, strategia commerciale, fornitori, know-how ed altro. Se ne è parlato oggi nel corso della seconda giornata del Salone Franchising Milano, che rimane allestito fino a sabato 14 ottobre in Fieramilanocity (Viale Scarampo, Gate 4).

Sono circa 500 mila gli italiani che si informano ogni anno sulla possibilità di aprire un'attività commerciale in affiliazione, ma spesso sono frenati da una scarsa conoscenza della formula del franchising o dalla difficoltà di reperire il finanziamento per l'avviamento. Secondo un sondaggio SWG commissionato da Federfranchising/Confesercenti, presentato oggi al Salone, il 25% degli italiani interpellati vorrebbe aprire un negozio in franchising investendo direttamente i suoi risparmi, mentre il 68% tramite la richiesta di un finanziamento.

Al Salone è intervenuto oggi l'on. Mario Baccini, Presidente dell'Ente Nazionale per il Microcredito, che ha siglato un accordo con Salone Franchising Milano (SFM) per diffondere la cultura del microcredito, non solo in fiera, ma anche in tutte le attività che SFM realizza nel corso dell'anno, digitali e non. Microcredito è un'impresa statale con finalità sociali, con l'obiettivo di sviluppare opportunità di lavoro e di imprenditorialità per chi ha difficoltà a trovare i finanziamenti necessari. Finanziando fino a 35 mila euro per ogni progetto, Microcredito ha sostenuto circa 5 mila aziende negli ultimi 15 mesi.

Ma il franchising viene sempre più visto come business profittevole da investitori professionisti, come ha riferito Fabio Pasquali di AZ Franchising nel convegno tenutosi oggi: società finanziarie, fondi di investimento, gruppi industriali che svolgono la funzione master per aziende straniere che vogliono entrare nel mercato italiano, commercialisti ed altro ancora. Interesse stimolato anche dal fatto che i punti vendita in franchising sono per il 73% in utile, hanno bilanci più sani e sono meno indebitati rispetto alla media delle reti distributive italiane.

Tra i 51 mila imprenditori che hanno aperto un negozio in affiliazione il 35% sono donne, ed alle loro storie di successo ha dedicato un'attenzione speciale il periodico Donna Moderna che nel corso del Salone ha presentato le storie di 3 imprenditrici: Laura Renieri, fondatrice del webmagazine TheOldNow.it, Elisabetta Cozzi titolare di una concessionaria che ha avviato il progetto Woman in power e la food blogger Benedetta Rossi che ha aperto un canale youtube per comunicare le sue ricette.

- In allegato una foto della 32° edizione del Salone.

PER INFORMAZIONI ALLA STAMPA:

Ufficio Stampa Salone Franchising Milano

Fanini Ufficio Stampa, tel: 339 6668750 oppure 340 7773887

Email: fanini1@faniniufficiostampa.com oppure fanini3@faniniufficiostampa.com

Sito Web: www.salonefranchisingmilano.com/it/Home