



Economia: Franchising Forum, workshop tecnico con 25 speaker per professionalizzare il settore

Descrizione

(Adnkronos) â?? Trentaquattro miliardi di euro di giro d'affari, il 93% della popolazione che dichiara di sapere cos'è il franchising, e poi il numero che smonta tutto: appena il 21% ne comprende davvero i meccanismi. Un paradosso fotografato dalla ricerca Patrigest-Gabetti per Assofranchising â?? condotta su un campione di mille cittadini e presentata al Franchising Forum â?? che racconta un comparto con margini di crescita enormi frenato da un gap di cultura prima ancora che di mercato. I numeri sulla distribuzione della conoscenza sono impietosi. Tra chi ha la licenza media, la comprensione approfondita si ferma all'11%. Tra i laureati sale al 26%, con una concentrazione maggiore tra uomini e under 45. Il franchising, insomma, è un concetto che suona familiare a quasi tutti ma resta opaco per la stragrande maggioranza. Un marchio riconosciuto, un funzionamento ignoto.

È proprio su questo scarto che Reting Italia Srl â?? società di consulenza nello sviluppo franchising â?? ha deciso di ripensare da zero il format del suo Forum, giunto alla seconda edizione. L'appuntamento del 2026 si tiene a Rimini, nella sede centrale di Gelateria La Romana, con circa 110 partecipanti. Via il formato narrativo della prima edizione, dentro un taglio da workshop tecnico-intensivo. «Se l'anno scorso l'obiettivo era fare cultura raccontando le storie delle persone, quest'anno il Forum unisce cultura e formazione», rivendica Enrico Tosco, CEO di Reting Italia Srl. L'ambizione dichiarata: costruire un gold standard del modello franchising italiano, partendo non dalla teoria ma dalla voce di chi le reti le ha create e gestite.

La ricerca spiega bene perché serviva questa svolta. Nella percezione degli italiani il franchising è soprattutto brand: il 51% degli intervistati lo associa all'apertura di un'attività con un marchio già noto. Il 37% pensa alle royalties. Solo il 29% â?? meno di uno su tre â?? lo collega al supporto operativo della casa madre. Vantaggi e svantaggi si bilanciano quasi perfettamente nell'immaginario collettivo, con un giudizio medio di 6,6 su dieci. Sufficienza risicata, niente entusiasmo. Il 56% dei cittadini prenderebbe in considerazione il franchising per il proprio futuro, sì, ma con molta cautela.

Qui emerge il dato più¹ interessante. Chi dichiara di conoscere bene il modello cambia radicalmente atteggiamento: i vincoli contrattuali â?? percepiti come rigidit  dal 50% del campione generale â?? vengono riletti come supporto e guida. L  interesse personale cresce in modo netto. L  unico ostacolo che resiste, e anzi si rafforza con la consapevolezza, sono i costi iniziali elevati. Chi non   interessato, dal canto suo, non critica il franchising: semplicemente non vuole fare l  imprenditore. â??Il passaggio dell  edizione 2026 da racconto a standard tecnico   la traduzione operativa di questa logica , taglia corto Tosco. La formazione diventa lo strumento per colmare quel gap che la ricerca mette nero su bianco.

Oltre 25 speaker specializzati. Tra i relatori Francesco Pinto, co-fondatore di Yamamay, Franco Manna, fondatore e presidente di Rossopomodoro, Pierpaolo Coli, Head of Franchising di McDonald s, Marco Aprile, Responsabile Sviluppo Franchising di Midas Italia. Food, abbigliamento, ristorazione internazionale: la scelta di mescolare settori diversi non   casuale. Serve a mostrare il franchising come disciplina gestionale trasversale, non come formula buona solo per la pizza o il gelato. L  impegno degli organizzatori verso ogni partecipante   preciso: uscire con una mappa operativa per costruire una rete e una checklist concreta di azioni da intraprendere ed errori da evitare.

La prima edizione, nel 2025, aveva gi  segnato un precedente riunendo per la prima volta in Italia cento reti franchising in una singola giornata di formazione e networking. Il salto verso il formato tecnico-intensivo risponde a una domanda che arriva dal mercato stesso. Il settore italiano, pur solido nei numeri, presenta potenzialit  inesprese. Il problema non   la diffidenza.   la superficialit  della conoscenza.

Le prospettive di crescita passano tutte dalla professionalizzazione. Un cittadino su due   potenzialmente interessato, ma convertire quell  interesse in azione imprenditoriale richiede strumenti che oggi mancano a larga parte del mercato. La ricerca Patrigest-Gabetti lo dimostra senza giri di parole: non serve convincere, serve spiegare. Il franchising italiano si trova nella condizione di un settore maturo nei volumi ma ancora acerbo nella cultura manageriale che lo circonda. In un paese dove il tessuto imprenditoriale   frammentato in micro e piccole imprese, questo modello offre un accesso all  imprenditoria con rischi parzialmente mitigati dal supporto della rete. Ma a una condizione: chi vi si avvicina ne comprenda regole, costi e vincoli. La direzione   tracciata â?? dotarsi di un linguaggio comune, di standard formativi condivisi â?? perch  un comparto da 34 miliardi possa finalmente esprimere il potenziale che quei numeri, con tutta la loro brutalit , lasciano intravedere.

   

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Giugno 12, 2026

Autore

redazione

default watermark