

## [ DOSSIER ]

# La crisi non c'è più. Pronti 5 mila posti

**OPPORTUNITÀ** Un'indagine di Confimprese, condotta sulle principali aziende del settore, conferma l'esistenza di importanti piani di espansione che faranno aumentare l'occupazione. Prevista l'apertura di 1.152 negozi.

Il franchising sviluppa nuove opportunità di lavoro. I 100 soci Confimprese hanno, infatti, programmi più che buoni di assunzione per il 2011. E un campione significativo, pari a circa il 70% della base associativa, dichiara che anche nel 2010 le persone assunte tra sede e rete (diretta e indiretta, in quanto il 50% della base associativa fa franchising) hanno superato complessivamente le 4.000 unità.

Dice Francesco Montuolo, vicepresidente per il franchising di Confimprese: «L'imprenditoria protetta funziona anche nei momenti di crisi, in quanto gli imprenditori hanno bisogno di sviluppare un business la cui formula sia consolidata. Per questo Confimprese ha chiesto al governo, insieme ad Assofranchising e Fif-Confesercenti, non solo un codice Ateco per monitorare meglio la dimensione del settore, ma anche un interlocutore stabile dedicato al franchising in modo che il comparto possa svilupparsi nell'interesse del Paese».



Francesco Montuolo

Un'occhiata ai dati, raccolti da Confimprese tramite questionario scritto inviato a tutti i soci tra cui Eni, Enel, Autogrill, Bmw, Lavazza, Vera, Frimm, Illy, Inticom, Maggiore, Ferrarelle, FiniFast sottolinea quanto segue: nel 2010 le aziende hanno dato lavoro complessivamente a 4.054 nuovi addetti inseriti in sede o nella rete con tutti i tipi di tipologie contrattuali, nel 2011 ne assumeranno altri 5.370. Su quest'ultimo dato pesano i piani



di aziende come Tecnocasa, 1.000 addetti, Burger King, 400, Gruppo Gramonini, 350, Geox, 300, Stroili Oro, 200, Nau!, 120, Avanzi Holding, 100, Camst, 80, Thun, 75, Mondadori Franchising e Sirio, 50. Il dato previsto per il 2011 è decisamente elevato ed è sostenuto dalle aperture di nuovi punti vendita che necessitano al loro interno di figure professionali quali commessi, cassieri, magazzinieri, direttori di punto vendita. Nei negozi il primo step è aiutocommesso, il passo successivo porta alla qualifica di commesso. Le figure più valide possono diventare dapprima responsabili del punto vendita e in seguito area manager, ruolo che prevede il coordinamento di più punti vendita sul territorio.

Nel caso della ristorazione, inoltre, che

ha un peso rilevante sulla base associativa, con l'apertura di nuovi esercizi commerciali si cercano figure come assistant restaurant manager, restaurant manager, oltre ad addetti griglia, di cucina, al lavaggio, di sala. Le tipologie contrattuali sono diverse, dipendono dall'esperienza professionale del candidato e vanno dal contratto a tempo determinato al part-time, dalla somministrazione a quello a chiamata. In quest'ultimo caso si aprono buone opportunità di inserimento anche per i giovani, chiamati a svolgere turni di sabato e domenica e negli orari serali.

Sostiene ancora Montuolo: «Ci chiediamo come mai in un momento in cui la formazione professionale e le reti di impresa sono temi di grande attualità non venga

riconosciuto dal legislatore il valore di una formula che fa leva proprio su questi asset. Mi preme ricordare che nel franchising l'affiliante si fa carico a proprie spese della formazione professionale del franchisee».

La base associativa **Confimprese** si è rivelata attiva anche nell'apertura di nuovi esercizi commerciali. Se nel 2009 le aperture, tra dirette e in franchising, sono ammontate a 894 contro 648 chiusure, è migliorata la situazione 2010. Infatti, a fronte di un dato pressoché analogo per le aperture (898), si è verificata una significativa riduzione delle chiusure (486). Quindi per i soci Confimprese le chiusure rappresentano il 54% delle aperture. Tali numeri sono ancora più confortanti se comparati con il trend nazionale (Infocamere) che parla di 41.372

cessazioni contro 36.364 aperture: per 100 aperture, dunque, le chiusure sono 113.

Ancora più rosee le prospettive per il 2011. Se le imprese in generale dichiarano che la crisi non è certo passata, pensano comunque che le aperture di negozi diretti o in franchising siano una buona opportunità di sviluppo e di sostegno del business: le rilevazioni **Confimprese** evidenziano una previsione di 1.152 aperture di esercizi commerciali pari a un trend del +28,2% sul 2010. La qual cosa significa generare occupazione e dare prospettive di inserimento nel mondo del lavoro anche alle giovani leve. E sottolinea l'intraprendenza economica dei soci, confermando la vitalità del sistema imprenditoriale italiano, anche in tempi di flessione.



Mario Venezia  
Presidente di Confimprese

## RED CARPET La rivoluzione dello stile entra nell'outlet



Ambienti ricercati e caldi per il format dei negozi della nuova catena Red Carpet dedicata all'alta moda maschile.

Si autodefinisce l'ultima frontiera dell'outlet il nuovissimo network dal suggestivo nome Red

Carpet. Si tratta di un ambizioso progetto di Monica Outlet rivolto all'alta moda maschile, dal significativo slogan «Il tuo stile è una rivoluzione».

La filosofia di fondo consiste infatti nell'aprire nuove prospettive nel mondo delle catene outlet in franchising, nuovi spazi dove giocare con la moda e il lusso a prezzi sempre alla portata di tutti. L'offerta spazia tra i più importanti marchi della moda, abbinando capi sia della stagione precedente sia di quella corrente, con un chiaro orientamento alla soddisfazione di tutti i

gusti ed esigenze, compresi quelli più sofisticati e particolari. Gli arredi del punto vendita riflettono questa tendenza, con uno stile volutamente ricercato e ambienti studiati per creare un'atmosfera elegante e intima. Un negozio che sembra un boudoir di una eleganza estrema pronto ad accogliere tutti i gusti, anche i più sofisticati. L'obiettivo è quello di aprire nuove prospettive nel mondo delle catene outlet in franchising, nuovi spazi dove giocare con la moda e il lusso a prezzi incredibili. Per l'apertura è necessario un investimento di 50 mila euro ogni 50 mq, a fronte dei quali il franchisor fornisce la merce, l'arredamento, l'insegna, la cassa, il pc con relativo software gestionale per il carico-scarico della merce e la pubblicità per il lancio del negozio. Tutta la merce è fornita in conto vendita e l'invenduto viene sostituito con merce di pari valore.