

IL FRANCHISING, LA STRADA PRIVILEGIATA PER METTERSI IN PROPRIO E FARE IMPRESA

Il settore, cresciuto anche durante la crisi, si propone come motore della ripresa perché consente di avviare un'attività di impresa con un investimento calcolabile. Il punto del mercato al Salone Franchising Milano, dal 4 al 7 novembre 2011.

Giugno 2011- Il franchising si candida a motore della ripresa grazie alla capacità di offrire un'occasione di mettersi in proprio e fare impresa, avendo tuttavia la possibilità di investire una cifra calcolabile sin dall'inizio e partendo anche da cifre ridotte, ma soprattutto accompagnati dal know-how di aziende con conoscenza ed esperienza del mercato. È il quadro che si ricava dagli studi più recenti e dal sentiment degli operatori. Una prospettiva che passerà alla prova del mercato dal 4 al 7 novembre prossimi, in occasione del **Salone Franchising Milano**, in programma a fieramilanocity.

Il settore, dopo aver chiuso il 2009 in crescita dell'1,7% sull'anno precedente (a fronte di un -5% fatto registrare dall'economia nel suo complesso), si appresta a comunicare i dati 2010, attesi in ulteriore progresso. Le nuove tendenze del mercato, le opportunità di incontro con i franchisor e la formazione saranno tra i temi dominanti del Salone Franchising Milano, appuntamento che da 25 anni accompagna l'evoluzione del franchising in Italia e accoglie ogni anno le aziende più significative del settore. Già confermati per la prossima edizione e grandi ritorni come *Yoyogurt, Naturhouse, Cycleband, E' Arrivato Paolino, Stock B2B e Enny Monaco* e un'importante new entry come *Carrera Jeans*. La manifestazione, che vanta il supporto delle più importanti associazioni di categoria del settore, nel tempo è cresciuta e oggi si propone come un vero e proprio **hub del retail**, offrendo il quadro aggiornato dell'innovazione nel campo della distribuzione.

L'edizione 2011 sarà caratterizzata da numerosi elementi di novità: da un **ampliamento dei settori espositivi**, con un'area dedicata i servizi per il punto vendita, a un'attenzione sempre maggiore alla presenza di visitatori qualificati, siano essi **investitori internazionali** che **nuovi franchisee italiani**, attentamente selezionati secondo precise profilazioni, che avranno agende di appuntamenti mirati e pre-stabiliti con le aziende presenti in fiera. Ulteriore punto di forza sarà il **rafforzamento della sezione dedicata ai seminari tematici, alla case history, ai workshop e agli incontri con i formatori** che offriranno un check up gratuito delle iniziative avviate e consigli per chi intende entrare nel mercato. Proprio la volontà di avvicinare il franchising alla città ha spinto gli organizzatori nel 2010 (edizione che si è chiusa con 12.400 visitatori professionali) a scegliere il quartiere cittadino fieramilanocity, scelta vincente confermata quest'anno.

Il Salone Franchising di Milano sposa la tecnologia e la semplificazione, affiancando al **catalogo cartaceo** della manifestazione (distribuito in 8mila copie), la versione online sul sito di Fiera Milano: expopage.net. La piattaforma Web consente di inserire gratuitamente foto, filmati e profilo aziendale, consentendo così alla fiera di restare "in vita" 365 giorni all'anno. Il sito, prossimo al restyling, ospiterà anche un **e-book**, con il profilo di tutte le aziende partecipanti, collegato a un **matching-book** sempre più facile e intuitivo per permettere a espositori e visitatori di incrociare le loro esigenze e pianificare l'appuntamento in fiera. Inoltre, la via verso la digitalizzazione prosegue con la possibilità di ottenere via Internet biglietti di partecipazione, tessera espositore e piantina dello stand, di cui gli espositori potranno beneficiare, assieme, ad esempio, all'agevolazione dei parcheggi gratuiti.

Ufficio Stampa:
Fiera Milano Spa
Rosy Mazzanti
Elisa Vittozzi
02.4997.7456