



Commercio: franchising, l'alimentare diventa sempre piu' "rosa"

(AGI) - Roma, 23 ott. - Le donne si avvicinano sempre piu' al franchising: la percentuale di donne che aprono punti vendita, o offrono servizi al pubblico, in affiliazione e' in continua crescita, specie nell'ultimo quinquennio recessivo: sui 54 mila imprenditori affiliati nel 2012 in Italia la percentuale di donne e' del 38% nel 2012, dunque piu' di 20mila donne imprenditrici, quando era del 31% nel 2008. E puntano su alimentare e ristorazione rapida. Una crescita

coerente con quella del comparto del franchising che occupa in Italia 186 mila commessi (oltre ai 54 mila affiliati titolari) e sta espandendosi all'estero con oltre 7 mila punti vendita, con un fatturato annuo di 180 milioni di euro nel 2012.

E' quanto emerge da un'indagine sul franchising al femminile che e' stata realizzata, per la prima volta, dalla fiera specializzata "Franchising Nord", che si svolgera' a Piacenza Expo, dal 24 al 25 maggio 2014, organizzata dalla QUICKFairs® e dal portale BeTheBoss.it, <http://www.fieradelfranchising.it/>.

Il sondaggio di Franchising Nord riferisce che il 35,4% delle donne sono alla ricerca di un lavoro, il 31,6% proviene da un precedente lavoro indipendente, il 22,8% da un lavoro dipendente precario, il 4,4% da un lavoro dipendente fisso (si vedano i grafici allegati). Dati che testimoniano l'intraprendenza delle donne, assai ben disposte a mettersi in proprio per trovare una propria collocazione nel mondo del lavoro, ma anche disponibili a lasciare lavori precari o fissi. Intraprendenti, ma anche piu' riflessive ed esigenti degli uomini: quasi tutte prima di discutere il loro progetto con un franchisor valutano le opportunita' di almeno due settori merceologici (l'85,7% contro il 61,9% degli uomini). Ed alla fine i settori merceologici preferiti dalle donne per aprire un punto vendita in affiliazione sono, nell'ordine: alimentari, ristorazione rapida, abbigliamento, calzature e accessori, bigiotteria, erboristeria.

Anche la scelta delle consulenze e assistenze tecniche dimostra maggiore concretezza da parte delle donne: mentre solo 38% dei maschi che si sono messi in proprio dichiarano di essersi consultato con una banca, l'hanno fatto quasi tre quarti delle donne imprenditrici (71,4%). Rivolgersi ad una banca e' il primo passo delle donne, mentre gli uomini sembrano preferire, come prima cosa, consultare il proprio commercialista.

Cosa chiedere a Governo e Parlamento per far ripartire il mercato del lavoro? Per le donne bisogna ridurre le tasse alle imprese (68,1%) e le tasse ai privati (62,1%), poi favorire l'accesso al credito per i giovani (54,5%). "Il dato piu' significativo che emerge dall'inchiesta - ha commentato l'avvocato Donatella Paciello, consulente legale di Assofranchising e di Franchising Nord - e' la maggiore attenzione che le donne prestano alla fase che precede la sottoscrizione del contratto di franchising". (AGI) Bru