



Imprese: il franchising premia le donne



Rapporto Assofranchising Italia 2020: sono il 35% circa del sistema del franchising, una formula win-win che può aiutare a sostenere un modello di imprenditorialità femminile

Le figure femminili che operano nel settore del franchising rappresentano circa il 35% del sistema, una percentuale che risulta decisamente superiore rispetto al dato nazionale delle attività produttive a conduzione femminile attestata al 22%. E' quanto emerge dall'ultimo Rapporto Assofranchising Italia 2020 - 'Strutture, tendenze e scenari'. "E' quello che dico sempre: diventare imprenditore attraverso l'affiliazione commerciale è come lanciarsi nel vuoto con il paracadute", sostiene Beatrice Corradini, con un track record nel commerciale, oggi Business Owner di Mail Boxes Etc. a Mantova e a capo di un team di 40 persone, metà delle quali donne occupate in posizioni strategiche grazie anche all'introduzione di politiche di welfare che consentono di stabilire un equilibrio tra vita privata e lavoro. Da quando ha avviato il suo primo Centro Mbe in franchising nel 2003, Corradini ha ampliato la rete con altri 4 punti vendita tra Mantova e Verona e, nel prossimo futuro, ha in programma lo sviluppo della rete in nuove aree, forte anche di una crescita a doppia cifra negli ultimi quattro anni.

"Sappiamo quanto siano penalizzate le donne soprattutto durante i momenti di crisi, quando la cura della famiglia ricade perlopiù su di loro", afferma Augusto Bandera, segretario generale Assofranchising. "Dunque è comprensibile la scelta di volersi mettere in proprio: quella del franchising è una formula win-win che può aiutare a sostenere un modello di imprenditorialità femminile. Si pensi, ad esempio, ai benefici, per entrambe le parti coinvolte, derivanti dall'appartenenza a un sistema quali ad esempio l'aumento della visibilità e riconoscibilità a livello nazionale e internazionale del marchio condiviso, il trasferimento del know-how, l'utilizzo della formula imprenditoriale che caratterizza il brand o l'espansione aziendale dettata dalla crescita dei punti vendita del franchising", spiega ancora. "C'è anche da tenere presente che, complessivamente, nell'ultimo quadriennio, il franchising ha consolidato gli indicatori dal punto di vista del fatturato (+12,2%), dei punti vendita (12,5%) e del flusso occupazionale generato (+15,6%) lasciandoci ben sperare anche per questo drammatico 2020. Ricordo inoltre che, dal 22 al 23 ottobre, si terrà la prima edizione digitale del Salone Franchising Milano: attraverso un'esperienza immersiva sulla piattaforma Umans.com, sarà possibile approfondire la conoscenza di questo settore", conclude.