

**Fiere** Dal 17 al 20 ottobre a Rho il salone del franchising: presenti 247 catene. Con focus sul commercio ecologico

# Alla fiera delle vetrine

Una rassegna per chi vuole mettersi in proprio con il marchio

**A**prire un'attività autonoma, anche in periodo di crisi, è un'idea che solletica molti italiani, affascinati dalla prospettiva di diventare padroni del proprio destino.

Per chi sta valutando la possibilità di mettersi in proprio, magari affidandosi a un'esperienza commerciale già consolidata, dal 17 al 20 ottobre nel complesso Rho Pero di Fiera Milano apre i battenti Franchising & Trade, Salone internazionale dedicato al mondo dell'affiliazione commerciale. Una rassegna giunta alla 23a edizione, partita negli Anni Ottanta quando le catene attive sulla nostra Penisola erano appena una sessantina. Oggi sono oltre 800.

A Rho-Pero su una superficie di 6.500 metri quadrati 247 aziende — da McDonald's a Upim, da Oviessse a Eni Gas Power, da Burger King a Frigerio viaggi, da Computer Discount a Mail Boxes — presenteranno le loro soluzioni commerciali, in pratica in un colpo solo si potranno prendere contatti con quasi un terzo delle catene che operano in Italia.

Tra i vari settori merceologici sette sono quelli più consolidati, vale a dire quelli che hanno superato o si avvicinano da soli al miliardo di euro di fatturato e che saranno rappresentati a Franchising & Trade da diversi espositori: grande distribuzione alimentare e no food, agenzie immobiliari e di mediazione creditizia, abbigliamento uomo donna, agenzie di viaggio e attività turistiche, prodotti e servizi specializzati, ristorazione rapida.

Dal commercio generalista al negozio specializzato, dalla yogurteria ai servizi di sartoria rapida, dai nuovi brand dell'abbigliamento ai marchi storici, l'insieme degli espositori presenti in fie-

ra formano una gamma di opportunità diversificata con un range d'investimento ampio, tale da potere effettuare le opportune valutazioni in base alle proprie inclinazioni e alla capacità economica.

«Pur vivendo un momento economico così difficile, i dati ci dicono che il franchising resta in crescita — spiega Adalberto Corsi, presidente di Fiera Milano Expects-Unione del Commercio —. Con questa Fiera vogliamo anche attirare l'attenzione degli interlocutori istituzionali per renderli consapevoli del ruolo attivo che l'affiliazione commerciale può avere per rilanciare l'economia italiana».

Infatti il Salone è un momento di business riservato non solo a chi cerca l'occasione giusta per diventare piccolo imprenditore, ma anche per chi imprenditore lo è già e intende continuare a operare nello stesso settore o in uno nuovo aggregandosi a un marchio conosciuto.

Ma quali saranno i visitatori interessati al salone? «Franchising & Trade — risponde Corrado Peraboni, amministratore delegato di Fiera Milano Expo Cts, la società organizzatrice — è frequentato da giovani in cerca di opportunità di lavoro autonomo, imprenditori intenzionati ad avviare una propria attività, negozianti che, comprendendo la potenzialità dell'affiliazione commerciale, vogliono dare un brand forte al proprio punto vendita, donne decise a rientrare nel mondo del lavoro aprendo un'attività commerciale. La rassegna, grazie alla scuola franchising attiva durante i giorni espositivi, è anche un'occasione di formazione professionale per diventare franchisor o franchisee».

Quest'anno, per la prima

volta, si può anche usufruire del Matching Program, servizio messo a punto per facilitare il business. In pratica i visitatori interessati a diventare franchisee, con una semplice preregistrazione sul portale [www.franchising.fieramilanoexpects.it](http://www.franchising.fieramilanoexpects.it), possono programmare la visita in fiera attraverso tre parametri: categoria merceologica, area geografica ed entità dell'investimento. Un modo per entrare già a far parte di un'ideale rete in franchising stando seduti alla propria scrivania, iniziando a costruire quei contatti che potranno portare ad avviare in futuro una concreta attività di affiliato.

Come nelle precedenti edizioni la rassegna anticipa le tendenze del mondo della distribuzione, presentando una mostra a tema sul negozio del futuro Quest'anno l'iniziativa si chiama «Green lifestyle shop». Su oltre mille metri quadrati di superficie verrà ricostruito un punto vendita funzionante con prodotti ecocompatibili, materiali riciclati, fonti energetiche rinnovabili.

Abbigliamento intimo prodotto con materiali riciclati, scarpe da jogging ecocompatibili, pavimentazioni ecologiche, sistemi it a risparmio energetico e impianti per il recupero dell'energia, sono solo alcune delle innovazioni che saranno presentate per la prima volta in Italia durante i giorni espositivi.

**I** dati del 2008 sono positivi, ma ora la situazione è diventata difficile. Finora abbiamo dato il nostro contributo alla crescita



Assofranchising Graziano Fiorelli