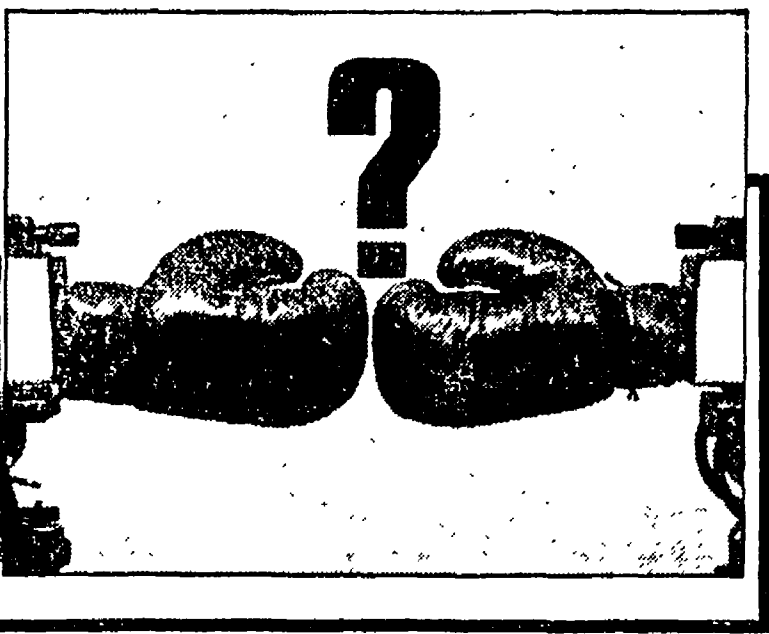


Rapporto
produzione
commercio/4



SPAZIO IMPRESA

Franchising, la ricetta ideale?

Al via il dialogo tra manager

Sul terreno dell'affiliazione il nostro paese sconta dei ritardi - Le problematiche nel rapporto tra affiliato ed affiliante - Emergono nuove figure professionali



I due connotati della affiliazione

Strumento alternativo ma in mano ai «grandi»

di PIERFRANCO DEVASINI*

Il franchising in Italia è caratterizzato da due connotazioni principali: la prima è quella di essere strumento alternativo ad altre forme di commercializzazione di tipo tradizionale già in atto (solo tre catene sono nate utilizzando direttamente l'affiliazione: Costidis, Clekitt e Kenny e a torto — che l'arredamento tipizzato del punto di vendita costituisce elemento di per sé differenziale tra le diverse catene. Errore. In tal modo si verranno a creare punti di vendita scarsamente specializzati, ad assortimento monomarca stretto e poco profondo, che non faranno altro che favorire il gioco della grande distribuzione.

Il franchising in Italia è caratterizzato da due connotazioni principali: la prima è quella di essere strumento alternativo ad altre forme di commercializzazione di tipo tradizionale già in atto (solo tre catene sono nate utilizzando direttamente l'affiliazione: Costidis, Clekitt e Kenny e a torto — che l'arredamento tipizzato del punto di vendita costituisce elemento di per sé differenziale tra le diverse catene. Errore. In tal modo si verranno a creare punti di vendita scarsamente specializzati, ad assortimento monomarca stretto e poco profondo, che non faranno altro che favorire il gioco della grande distribuzione.

Il franchising in Italia è caratterizzato da due connotazioni principali: la prima è quella di essere strumento alternativo ad altre forme di commercializzazione di tipo tradizionale già in atto (solo tre catene sono nate utilizzando direttamente l'affiliazione: Costidis, Clekitt e Kenny e a torto — che l'arredamento tipizzato del punto di vendita costituisce elemento di per sé differenziale tra le diverse catene. Errore. In tal modo si verranno a creare punti di vendita scarsamente specializzati, ad assortimento monomarca stretto e poco profondo, che non faranno altro che favorire il gioco della grande distribuzione.



Che cosa significa in cifre questa occasione nata in Usa

L'importanza di una indagine del Cesdit sull'argomento - Un quadro europeo: cosa si fa in Francia, Gran Bretagna e Germania dove il «franchising» si è maggiormente sviluppato

ROMA — Il franchising è nato agli inizi del 1900 negli Usa quando i produttori di auto e le società petrolifere iniziarono la distribuzione del loro prodotto tramite operatori commerciali opportunamente selezionati per coprire aree di mercato sempre più vaste.

Franchising per settore merceologico	%
Franchisor:	
Abbigliamento e moda.....	43,4
Servizi.....	11,3
Distribuzione organizzativa non alimentare.....	9,4
Franchisee:	
Abbigliamento e moda.....	47,5
Editoria.....	20,5
Distribuzione organizzativa alimentare.....	13,7
Distribuzione organizzativa non alimentare.....	10,1

Un contratto tra due imprese per una maggiore collaborazione

È necessario, innanzi tutto, legittimare esattamente il rapporto di franchising rispetto ai contratti assimilabili. Per chiarezza si può dire che il contratto di affiliazione non si deve confondere con il contratto di concessione; non è nemmeno un contratto di licenza d'uso o di somministrazione. Può, invece, comprendere tutti questi contratti oltre a quello definito dal professor Santini di «licenza d'immagine».

È necessario, innanzi tutto, legittimare esattamente il rapporto di franchising rispetto ai contratti assimilabili. Per chiarezza si può dire che il contratto di affiliazione non si deve confondere con il contratto di concessione; non è nemmeno un contratto di licenza d'uso o di somministrazione. Può, invece, comprendere tutti questi contratti oltre a quello definito dal professor Santini di «licenza d'immagine».

È necessario, innanzi tutto, legittimare esattamente il rapporto di franchising rispetto ai contratti assimilabili. Per chiarezza si può dire che il contratto di affiliazione non si deve confondere con il contratto di concessione; non è nemmeno un contratto di licenza d'uso o di somministrazione. Può, invece, comprendere tutti questi contratti oltre a quello definito dal professor Santini di «licenza d'immagine».

Fare una upim non è facile; per l'affiliato upim, si!

Oltre 100 Affiliati UPIM testimoniano in tutta Italia la validità della formula. Il Franchising interessa operatori alimentari e non, che intendono ampliare proficuamente il fatturato, soddisfacendo tutti i bisogni della famiglia.

- essere assistito sin dall'inizio nella realizzazione della nuova attività
- avere l'esclusiva dell'assortimento UPIM nella propria zona
- approvvigionarsi dal deposito UPIM più vicino
- operare in piena indipendenza giuridica ed economica
- avere un profitto sicuramente interessante
- avvalersi della costante assistenza UPIM

UPIM, uno dei canali di vendita della Rinascente, leader nel settore della grande distribuzione organizzata al dettaglio, mette la propria lunga e collaudata esperienza a disposizione degli operatori commerciali.

Come rendere facili le parole difficili

BRAND: marca con la quale un'azienda presenta la propria produzione sul mercato (da cui Brand Leader, marca che detiene la più alta quota di mercato).

BRAND: marca con la quale un'azienda presenta la propria produzione sul mercato (da cui Brand Leader, marca che detiene la più alta quota di mercato).

BRAND: marca con la quale un'azienda presenta la propria produzione sul mercato (da cui Brand Leader, marca che detiene la più alta quota di mercato).

BRAND: marca con la quale un'azienda presenta la propria produzione sul mercato (da cui Brand Leader, marca che detiene la più alta quota di mercato).

la Rinascente S.p.A.

195	12	8	48	8	4	24
magazzini Upim	grandi magazzini la Rinascente	centri commerciali Città Mercato	supermercati alimentari SMA	cash & carry /R Gross	centri multispecializzati per il fai da te Bricocenter	filiali centro casa la Rinascente Croff