

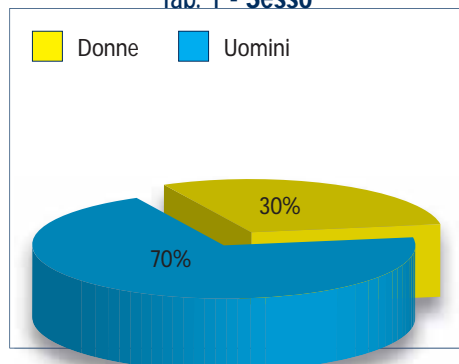


AZ Franchising EXPO 2010, manifestazione organizzata da AZ Franchising giunta alla seconda edizione, ha visto insieme i maggiori player di settore in un momento di confronto sull'andamento del mercato e sulle sue necessità di rinnovamento. La mostra-convegno-incontro racchiude in sé diverse anime, dalle opportunità di lavoro e di autoimpiego offerte dalla filiera del franchising al recruiting, alla formazione. Tutte però tendono verso un unico obiettivo: promuovere lo sviluppo dei sistemi a rete, che giocano un ruolo sempre più importante nel futuro dell'economia moderna. Nel contesto della due giorni che si è svolta al Palazzo delle Stelline di Milano, AZ Franchising ha assegnato i prestigiosi Franchising Awards alle reti che si sono distinte per innovazione

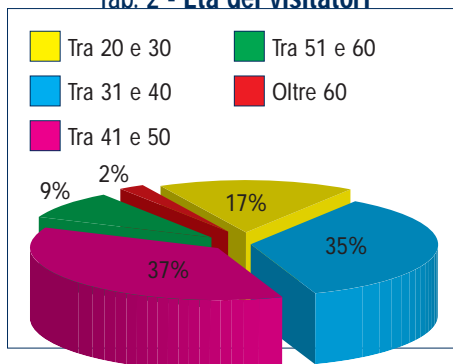


L'eccellenza

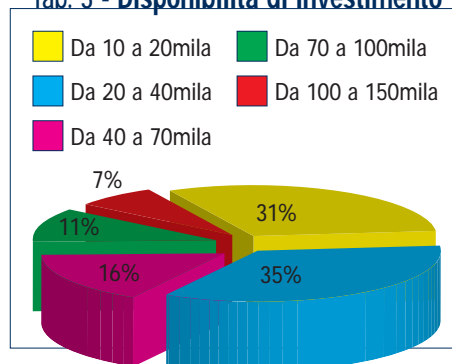
Tab. 1 - Sesso



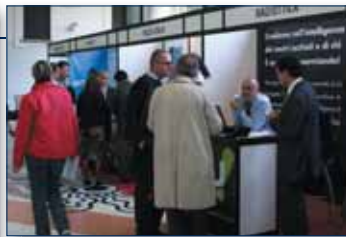
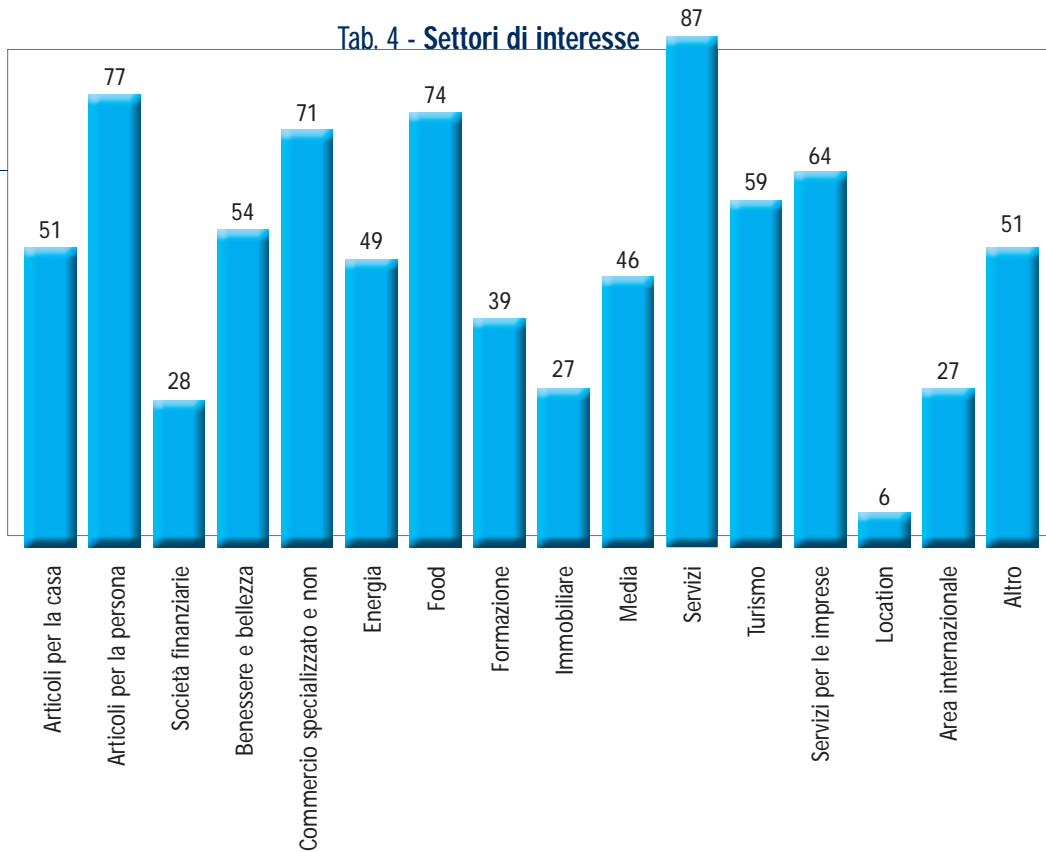
Tab. 2 - Et  dei visitatori



Tab. 3 - Disponibilit  di investimento

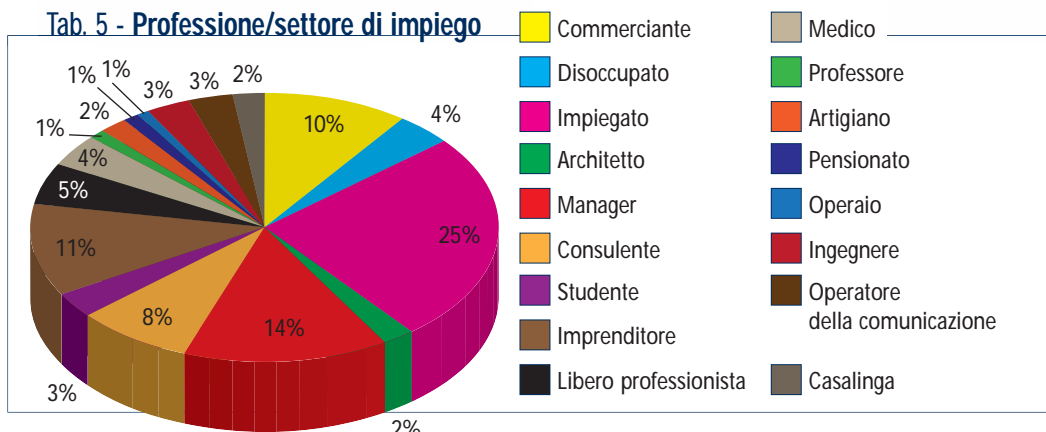


Tab. 4 - Settori di interesse



del franchising

Tab. 5 - Professione/settore di impiego



Nelle tabelle di queste pagine l'identikit del visitatore "tipo" di AZ Franchising EXPO 2010. Si tratta per la maggior parte di uomini di età compresa tra i 41 e i 50 anni, con una disponibilità di investimento da 20 a 40mila euro, prevalentemente provenienti dal settore impiegatizio. Seguono manager e commercianti indipendenti. I principali settori di interesse sono servizi, articoli per la persona e food.

I protagonisti di

Accessorize



Settore
Articoli per la persona
Anno di fondazione attività
UK 1984 - Italia 2002
Punti vendita diretti: 51
Punti vendita affiliati: 9
Punti vendita all'estero: 700

Catena internazionale di accessori moda.

Elena Mazzone - Franchising Account
Daniela Menzago - Assistente Comunicazione e Marketing

Armonia



Settore
Arredamento negozi

Domenico Pierucci - Titolare

Camera di Commercio Italo-Ellenica



Settore
Area internazionale
Anno di fondazione attività
1952

Ente non profit per la promozione degli scambi commerciali tra Italia e Grecia.

Tzoganaki Katerina
Executive Manager per le regioni Lombardia e Piemonte

Children World Fashion



Settore
Articoli per la persona
Anno di fondazione attività
1998
Punti vendita: 8

Gruppo di moda bambino di alta gamma su licenza.

Pasquale Gasparro - Collaboratore

Consolato Americano Ufficio Commerciale



Settore
Area internazionale
Lo U.S. Commercial Service, parte dello U.S. Department of Commerce, è la principale Agenzia governativa per la promozione dell'export di beni e servizi U.S.A.

Andrea Rosa - Commercial Specialist

ActionCost - ActionSell



Settore
Servizi alle imprese
Anno di fondazione attività
2004
Punti vendita affiliati: 5

Network di professionisti che erogano consulenza e formazione alle imprese tramite due divisioni specializzate.

Alberto Carpinetti - Amministratore Unico

Bluvacanze



Settore
Turismo
Anno di fondazione attività
1995
P. v. diretti in Italia: 215
P. v. affiliati in Italia: 519

Network italiano di agenzie di viaggi e turismo, specializzato nella vendita di pacchetti turistici organizzati.

Carlo Borromeo - Responsabile Associazione in Partecipazione

Carpisa



Settore
Articoli per la persona
Anno di fondazione attività
2001
Punti vendita diretti: 30
Punti vendita affiliati: 460
Punti vendita all'estero:
23 affiliati e 5 diretti

Rete di negozi di borse moda, valigeria, pelletteria e accessori.

Enrico Cassero - Responsabile Commerciale Estero

ColorGlo



Settore Servizi
Anno di fondazione attività
1975 in America
Punti vendita diretti: 2
P. v. affiliati in Italia: 63
Punti vendita all'estero: 620

Leader mondiale nella riparazione, colorazione e restauro di pelle, similpelle, vinile, tessuto, velluto, plastica, sky e alcantara.

Adolfo Da Ponte - Master Franchisee

Consorzio Europeo Appalti



Settore Servizi per le imprese
Anno di fondazione attività
1999

Il consorzio provvede all'assunzione di lavori, alla prestazione di garanzie per le operazioni di credito delle imprese consorziate e alla loro assistenza generale, tecnica, informativa, pubblicitaria.

Paola Pisani - Responsabile Commerciale

Uomo, di età compresa tra i 41 e i 50 anni, impiegato, con una capacità di investimento dai 20mila ai 40mila euro: è il ritratto del visitatore "tipo" di **AZ Franchising Expo 2010**, la due giorni organizzata da AZ Franchising il 19 e 20 maggio al Palazzo delle Stelline di Milano, con il Patrocinio del Comune di Milano - Attività Produttive, Politiche del Lavoro e dell'Occupazione.

Giunta alla seconda edizione, la manifestazione, interamente dedicata alle opportunità di lavoro e di auto impiego offerte dalla filiera del franchising, ha visto insieme i maggiori player del settore in un momento di confronto sull'andamento del mercato e sulle sue necessità di rinnovamento e in un'occasione di apertura verso un pubblico mirato di potenziali partner.

Un concentrato di business per entrare da protagonisti in un mercato in crescita.

Una mostra-convegno-incontro che racchiude in sé diverse anime, anche se tutte tendono a un unico obiettivo: promuovere lo sviluppo dei sistemi a rete, che giocano un ruolo sempre più importante nel futuro dell'economia moderna.

LE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS

Oltre 40 espositori nazionali e internazionali hanno presentato i propri

Il franchising ha risentito della crisi, ma le sue performance restano positive



Virgilio Ballerini, mentre presenta la ricerca esclusiva AZ Franchising-Bureau van Dijk

AZ Franchising EXPO

format in franchising e i propri servizi ai potenziali affiliati e alle imprese presenti in una proficua attività di networking. Diversi i settori rappresentati: articoli per la casa e la persona, benessere e bellezza, commercio specializzato, food, formazione, società finanziarie, turismo. Gli espositori sono imprenditori con un'idea di business o un'attività già avviata alla ricerca di un momento di confronto e di alta specializzazione, nonché di potenziali affiliati, per dare il via a una rete in franchising. Poi, network già attivi sul mercato desiderosi di espandersi con un pubblico di candidati già profilati e spesso già specializzati e con la necessità di incontrare e misurarsi con i maggiori player della filiera del franchising. E ancora, fornitori di servizi e prodotti per le aziende interessati alle sempre più numerose imprese che operano in franchising.

I visitatori sono neo diplomati o neo laureati al loro ingresso nel mondo del lavoro, in cerca di una forma "guidata" di auto impiego, donne lavoratrici o casalinghe con l'esigenza di conciliare lavoro e famiglia. Intervengono anche imprenditori e commercianti che vogliono rinnovare la propria attività affiliandosi a una rete in franchising, oppure lavoratori dipendenti e disoccupati in cerca di una nuova opportunità di lavoro, o manager e liberi professionisti con una forte esperienza

Le aziende ben strutturate hanno migliorato i risultati rispetto agli anni precedenti



Fabio Pasquali, Amministratore Delegato di AZ Franchising

Credeasy



Settore
Società finanziarie
Anno di fondazione attività
Agosto 2008
Punti vendita diretti: 1
Punti vendita affiliati: 28

Società pluriprodotto con l'idea di sviluppare una rete di professionisti nella mediazione creditizia.

Gregorio Caselinuovo - Amministratore Unico

Enny Monaco



Settore
Articoli per la persona
Anno di fondazione attività
1971
Punti vendita diretti: 3
Punti vendita affiliati: 1
Punti vendita all'estero: 2

Produzione e vendita di gioielli moda dal 1971.

Enny Monaco - Fondatore
Erica Monaco - Responsabile Negozi

Esperienza Benessere



Settore
Benessere e bellezza
Punti vendita affiliati: 11

Rete di centri specializzati di apparecchiature e prodotti per l'applicazione dell'ozono

Stefano Guglielmetti - Franchising Manager
Luca Poli - Affiliato del Centro di Milano

Focacceria Ligure e non solo...



Settore Food
Anno di fondazione attività
1997
Punti vendita diretti: 4
Punti vendita affiliati:
7+6 prossime aperture
Punti vendita all'estero: 1

Network di locali dedicati alla vendita di prodotti preparati con ingredienti di qualità, partendo dalla focaccia.

Simone Ermoni - Responsabile Tecnico
Fabio Colombo - Legale Rappresentante e Resp. Commerciale

Giallo Sistemi d'Ombra



Settore
Commercio specializzato e non
Anno di fondazione attività
2005
Punti vendita diretti:
presenti in 14 aree

Gruppo che commercializza tende da esterno a livello nazionale.

Anna Zanatta - Ufficio Franchising
Enrico Giona - Ufficio Qualità

Granchi & Partners



Settore
Formazione

La Granchi & Partners srl si occupa da 12 anni di formazione, consulenza, coaching e training on the job alle aziende, franchisor e franchisee.

Guido Granchi - Amministratore Delegato

Idea Bellezza Grandi Profumerie



Settore
Benessere e bellezza
Anno di fondazione attività
1968
Punti vendita diretti: 45
Punti vendita affiliati: 14

Una rete di profumerie a libero servizio "assistito" specializzata nella cura, igiene e bellezza della persona.

Rosario Cristiano - Responsabile Sviluppo Idea Bellezza
Maria Maritato - Assistant Franchising

Italia di Gusto



Settore Food
Anno di fondazione attività
2008
Punti vendita diretti: 1

Selezione alimenti pregiati italiani caratterizzati da ricercatezza del prodotto, brevità della filiera, qualità delle materie prime e aderenza alla tradizione nelle modalità di produzione.

Antonio Maurizio Gaetani - Presidente e Amministratore Delegato

ItaliacainTour partner eDreams



Settore Turismo
Anno di fondazione attività
Luglio 2009
Punti vendita diretti: 3
Punti vendita affiliati: 27

Oltre alla tradizionale attività nell'ambito delle agenzie di viaggio, si distingue come network specializzato nel settore incoming.

Giampiero Manzone - Amministratore Delegato

Jumbo Screen



Settore Media
Anno di fondazione attività
1996
Punti vendita diretti: 11
Punti vendita affiliati: 301
Punti vendita all'estero: 4

Bipiemme Communication ha ideato il "Jumbo Network Screen", il più grande circuito nazionale di Urban TV con centinaia di postazioni attive.

Massimiliano Piattoni - Divisione Commerciale

I protagonisti di

K2 Chocolate



Settore
Benessere e bellezza
Anno di fondazione attività
1994
Punti vendita diretti: 1
Punti vendita affiliati: 130
Punti vendita all'estero: 3

K2 progetta e realizza da più di 15 anni centri d'abbronzatura ed estetica.

Erik Bianchi - Responsabile Commerciale

Kruder



Settore
Articoli per la persona
Anno di fondazione attività
2001
Punti vendita diretti: 6
Punti vendita affiliati: 24

Rete di negozi di total look per uomo (abbigliamento e accessori) prodotti direttamente.

Victor Donald Benjamin - Fondatore e Ceo

Un momento del convegno "Luci e ombre"



Leader Mobile



Settore
Media
Anno di fondazione attività
2002
Punti vendita diretti: 3
Punti vendita affiliati: 180
Punti vendita all'estero: 60

Network specializzato nel veicolare messaggi pubblicitari e informativi sul cellulare.

Claudio Ippolito
Responsabile Sviluppo Franchising Internazionale

Magic



Settore
Servizi alle imprese
Anno di fondazione attività
2003
Punti vendita diretti: 3
Punti vendita affiliati: 180
Punti vendita all'estero: 60

Magic promuove un'immagine aziendale innovativa, moderna e fortemente comunicativa.

Angelo Lombardi - Amministratore Delegato



Tutto è perfezionabile ma attenzione a toccare una legge che ha dimostrato di funzionare

Aldo Frignani

È una legge di tre pagine quindi ha un punto di forza innegabile: la semplicità



Giangiacomo Olivi

MailUp



Settore
Servizi alle imprese
Anno di fondazione attività
2002

Piattaforma web per Email Marketing, invio e gestione professionale di Newsletter e SMS.

Nazareno Gorni - Business Development

MissRoberta



Settore Articoli per la persona
Anno di fondazione attività
1988
Punti vendita diretti: 11
Punti vendita affiliati: 43
Punti vendita all'estero: 3

Rete di negozi di scarpe, borse, accessori e gadget con un rapporto qualità/prezzo concorrenziale.

Ezio Bergamo - Responsabile Commerciale

MisterBrand



Settore
Media
Anno di fondazione attività
2009
Punti vendita diretti: 3

Lattine personalizzate non solo come prodotto da bere a marchio del cliente, ma anche come uno strumento di marketing e di merchandising.

Gianni Innocenti - Direttore Generale

My floor



Settore
Commercio specializzato e non
Anno di fondazione attività
2000
Punti vendita diretti: 4

Commercio di pavimenti in legno, laminato e accessori.

Consuelo Betti - Responsabile Commerciale e Recruitment

MyComm.net



Settore
Media
Anno di fondazione attività
1992
Punti vendita diretti: 1
Punti vendita affiliati: 110

Agenzie di servizi di comunicazione e marketing su Web e telefonia mobile.

Giacomo Lenoci - Direttore Generale

Naturhouse



Settore Benessere e bellezza
Anno di fondazione attività
1986
Punti vendita diretti: 26
Punti vendita affiliati: 226
Punti vendita all'estero: diretti 111, affiliati 1398

Rete di origine spagnola di centri specializzati in dietetica e nutrizione.

Raffaello Pellegrini
Amministratore Delegato Naturhouse Italia

alle spalle e un capitale da investire in una nuova attività, con un marchio conosciuto, un know how e un format testato (vedi tabelle a pag. 72-73).

I MOMENTI DI FORMAZIONE

Accanto agli interventi della Franchising Academy, dove nelle due giornate di evento i diversi espositori si sono alternati per esporre la propria attività al pubblico, AZ Franchising Expo ha previsto momenti di alta informazione e formazione rivolti sia ai franchisor che al pubblico intenzionato ad aprire un negozio con una rete.

Il successo del franchising: questioni e prospettive

Durante il convegno di apertura è stata presentata la ricerca esclusiva su dati AZ Franchising - **Bureau van Dijk** elaborati dal prof **Virgilio Ballerini**, docente alla Facoltà di Economia della Università la Sapienza di Roma. Si tratta dell'unica indagine in Italia che fotografa l'andamento economico-finanziario del settore, attraverso l'analisi dei bilanci 2008 di 1018 franchisor, tutti quelli attivi in Italia. La ricerca ne ha evidenziato le potenzialità, sottolineando che cresce il fatturato delle

AZ Franchising EXPO

della legge sul franchising in Italia"



Ala normativa mancano l'esclusiva di zona e il concetto della sperimentazione della rete



Franco Vicario



Una regolamentazione era necessaria ma franchisor e franchisee non sono parti opposte

Patrizia De Luise

aziende del settore (+3% rispetto al 2007 con 18,4 miliardi di euro), il ROI (Return on Investments) diminuisce, ma si attesta comunque al 3,9%, Lombardia e Veneto hanno il primato assoluto (vedi servizio a pag. 24).

"Il franchising - ha commentato **Fabio Pasquali**, Amministratore Delegato di AZ Franchising, ha risentito di un effetto di contrazione dovuto alla crisi, ma gli indicatori restano largamente positivi e con un andamento decisamente superiore al trend di mercato. Sicuramente c'è stata una sorta di pulizia del settore, con una forte differenziazione tra aziende: dalla media non si può vedere, ma dalla nostra ricerca è emerso che alcune imprese con modello di business corretto hanno raddoppiato le affiliazioni. Inoltre, il fatturato complessivo non tiene conto di alcuni grandi gruppi (come Enel o Eni) che hanno lanciato importanti iniziative di affiliazione, i cui volumi non sono estrapolabili dai loro bilanci consolidati".

La legge del franchising in Italia: luci e ombre

I punti di forza e le proposte di miglioramento della legge che dal 2004 regola il settore. Su questo tema si

NAU! Ottica



Fabrizio Brogi - Presidente

Settore
Commercio specializzato e non
Anno di fondazione attività
2004
Punti vendita diretti: 13
Punti vendita affiliati: 15
Insegna di ottica monomarca.

Nuova VDE International



Raffaele Carnovale - Commerciale Italia

Settore
Commercio specializzato e non
Anno di fondazione attività
2001
Punti vendita diretti: 5
Punti vendita affiliati: 140
Punti vendita all'estero: 6
Produzione di negozi automatici.

Piazza Italia



Franco Chiarizio - Responsabile Franchising

Settore
Articoli per la persona
Anno di fondazione attività
1993
Punti vendita diretti: 100
Punti vendita all'estero: 15
Abbigliamento e accessori.

Salcert



Francesco Salpietro Damiano - Amministratore Unico

Settore Formazione
Anno di fondazione attività
2002
Punti vendita diretti: 11
Punti vendita all'estero: 4
Partner aziendale per la gestione di clienti, documenti, contratti, scadenze, visite mediche, fatturazione automatica, formazione a distanza.

Serenissima Informatica



Simone Brazzoli - Food & Beverage Solutions Sales Manager

Settore
Servizi alle imprese
Software house con oltre 60 anni di esperienza nel mercato dell'Office Automation.

Studio Arianna



Emanuela Geracà - Vice Presidente Di Studio Arianna

Settore
Servizi alle imprese
Anno di fondazione attività
Primaria 1955
Punti vendita diretti: 2
Punti vendita all'estero: 4
Gruppo di professionisti esperti nei servizi di elaborazione dati contabili e consulenza aziendale.

T-cap



Stefano Maestri - Titolare

Settore
Articoli per la persona
Anno di fondazione attività
2004
Punti vendita diretti: 4
Negozi specializzati nel ricamo e stampa su capi di abbigliamento su piccola o grande scala.

Technoware



Claudio Casini - Responsabile Commerciale

Settore
Commercio specializzato e non
Anno di fondazione attività
1992
Punti vendita diretti: 2
Punti vendita affiliati: 12
Punti vendita all'estero: 3
Distribuzione automatica. Oggi possiede tre reti: Wondervideo, Strapuntino e TwentyFour7.

Travelbag



Massimo Fiore - Collaboratore Commerciale

Settore
Turismo
Anno di fondazione attività
1999
Punti vendita diretti: 2
Punti vendita affiliati: 15
Rete di agenzie di viaggio.

Yamamay



Antonio Annunziata - Responsabile Franchising

Settore
Articoli per la persona
Anno di fondazione attività
2001
Punti vendita diretti:
46 (Italia + estero)
Punti vendita affiliati:
540 (Italia + estero)
Negozi di intimo, pigiameria e moda mare.

L'EVENTO

Relatori a confronto sul tema
"Come vederchi chiaro nei contratti di affiliazione"

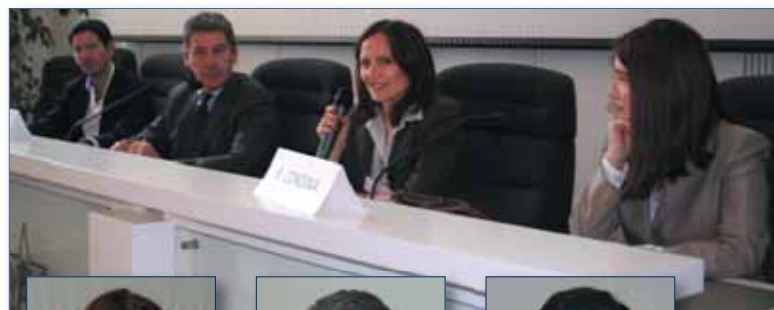


Mirco Comparini

Paolo Grassi

Bisogna verificare che la durata del contratto sia compatibile con i principi di contabilità fiscale

Per un corretto test di lancio della rete un solo punto pilota non basta



Raffaella Còndina



Enrico Rossini



Mattia Nicoletti



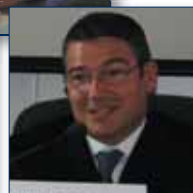
Danilo Verga



Luciano Cimmino



Olivier Gast



Jordi Ruiz De Villa

sono confrontati autorevoli esperti nazionali e internazionali e operatori di eccellenza: **Aldo Frignani**, Ordinario di Diritto privato della Comunità Europea - Consulente legale AIF, **Franco Vicario**, avvocato e già presidente della Commissione Franchising dell'Unione Internazionale degli Avvocati, **Jordi Ruiz de Villa**, avvocato spagnolo a capo del Comitato di esperti giuridici della Associazione del Franchising spagnola (AEF), **Olivier Gast**, avvocato francese e consulente giuridico in franchising internazionale, **Giangiaco Olivi**, avvocato partner DLA Piper Italy, **Patrizia De Luse**, franchisee Lo' by Lovable.

L'AZ dell'internazionalizzazione
Esportare la propria rete oltreconfine. A confronto le norme da seguire per chi vuole far crescere la propria rete in Spagna, Francia, Australia e le case history di successo di Yamamay e Carpisa raccontate da **Luciano Cimmino**,

fondatore e presidente onorario Yamamay, co-fondatore e socio di Carpisa. Perché una buona idea non basta Quali sono i criteri per scegliere tra le diverse proposte di franchising? Una buona idea di business, sicuramente. Ma "innamorarsi" di una felice intuizione può rivelarsi rischioso, come hanno spiegato tre consulenti specializzati nella progettazione di reti: **Mattia Nicoletti**, consulente marketing e comunicazione; **Raffaella Condina**, senior partner Condina & associati, consulenza di Direzione Marketing, Franchising, Sviluppo internazionale; **Enrico Rossini**, managing partner di EtaBeta Consulting, società di consulenza per le aziende che operano nel franchising e nella distribuzione commerciale.

Fregature? No grazie
Come vederchi chiaro nei contratti di affiliazione
Quali sono gli elementi essenziali di

Come nasce una buona idea di business, che cosa bisogna chiedere al franchisor prima di firmare il contratto, come si supera la paura del cambiamento. Ne hanno parlato tre consulenti specializzati nella progettazione di reti

Cominciare dai piccoli mercati urbani per conquistare la Spagna, "aggreire" Parigi per espandersi in Francia: avvocati internazionali spiegano le strategie per esportare il proprio brand. La case history di successo di Yamamay e Carpisa: "I nostri negozi più belli - spiega Luciano Cimmino - sono all'estero". E Danilo Verga lancia un appello: "Ampliamo la nostra visione provinciale"

un contratto corretto?

Dove si nascondono i più frequenti "tranelli contrattuali"? Sono solo alcune delle domande più frequenti sul documento che regola il rapporto tra franchisor e franchisee a cui hanno dato risposta **Paolo Grassi**, avvocato e titolare dello Studio Legale Grassi e **Mirco Comparini**, ragioniere commercialista titolare dello Studio Comparini & Russo. Quest'ultimo in particolare ha sollevato una questione importante sulla durata contrattuale del contratto di franchising, che la legge lega a un'operazione di cui è complesso quantificare le tempistiche, e cioè l'ammortamento (vedi articolo a pag. 112). Comparini ha invitato i franchisor, ma soprattutto i potenziali franchisee, a verificare che i contratti in esame abbiano una durata coerente con la legge del franchising, ma anche con il Codice Civile e con i principi di contabilità fiscale.

Anche quest'anno, durante i due giorni di AZ Franchising Expo si è tenuta Franchising Academy. Secondo un palinsesto diviso in due sessioni mattutine e due pomeridiane, ogni espositore presente alla manifestazione ha presentato, in 15 minuti e in una sala dedicata, il proprio progetto e il proprio format con l'obiettivo di favorire nuovi contatti e partnership

Hanno detto durante l'Academy:

Tzoganaki Katerina, Executive Manager Camera di commercio Italo-Ellenica

"Nonostante l'attuale crisi economica che sta colpendo in Grecia il solo sistema pubblico, per gli imprenditori esteri questo momento può rivelarsi un'opportunità per investire nel settore privato, soprattutto nel mercato immobiliare".

Claudio Ippolito, Responsabile Sviluppo Franchising Internazionale dell'insegna di pubblicità sui cellulari Leader Mobile

"I consumatori ricevono i crediti per raggiungere i premi direttamente sul loro cellulare con Fidelity Point, l'esclusivo circuito di esercizi convenzionati presso i quali avviene la raccolta. Non sono più necessari POS e fidelity card perché è il numero di telefono a raccogliere i punti guadagnati".

Fabrizio Brogi, presidente dell'insegna NAU! Ottica

"Nei nostri negozi solo il 20% dell'assortimento è continuativo e il riassortimento avviene in modo automatico sul reale venduto. Questo consente di mantenere al minimo lo stock dei negozi e i prezzi ragionevoli facilitano un'elevata frequenza di riacquisto. Il restante 70% è costituito da collezioni flash che si esauriscono in un unico invio di prodotto al punto vendita ogni 15 giorni".

Erik Bianchi, divisione commerciale della rete di centri estetici e solarium K2 Chocolate

"Il nostro format è il primo centro estetico e di abbronzatura progettato su leve di Food Marketing e Food Design. Forme degli arredi, colori e profumi traggono ispirazione dal cioccolato. Inoltre, nei nostri centri abbiamo dato avvio anche a un angolo parrucchiere e a un corner in collaborazione con Nail Passion per la ricostruzione unghie".

Fabio Colombo, responsabile commerciale dell'insegna di ristorazione Focacceria Ligure e non solo...

"Oltre a focacce dolci e salate, l'evoluzione del nostro format prevede un angolo per la vendita di prodotti da forno come pane e brioche, la degustazione di caffè e la consumazione di uno spuntino veloce: FocacceriaLigure e non solo... Caffè".

Giuseppe Caldi, direttore operativo dell'insegna di servizi alle imprese Magic

"Magic si rivolge soprattutto alle aziende che concepiscono le strategie di marketing come fattore decisivo e di successo. La nostra esperienza ci ha insegnato che erogare servizi per le aziende che possiedono reti commerciali e franchising sul territorio vuol dire comunicare, comunicare e ancora comunicare".
























Enrico Demicheli, titolare dell'insegna di pavimenti in legno e laminati My Floor

"In negozio il cliente trova una serie di campioni di prodotto, che può portare a casa per una verifica diretta con l'ambiente che ospiterà quel pavimento, e una vetrina con uno schermo olografico touch-screen per interagire con il luogo in cui è installato e richiedere preventivi o comunicare un messaggio".




Claudio Casini, direttore commerciale Technoware Italia

"TwentyFour7 è il nostro progetto di franchising della distribuzione automatica nato per cavalcare l'allargamento del settore dal punto di vista merceologico: sono negozi di generi alimentari e non food aperti 24 ore al giorno, con bassi costi di gestione, alta marginalità e modulabili sulle esigenze dell'affiliato".



	Carpisa
	ColorGlo
	Enny Monaco
	Esperienza Benessere
	Focacceria ligure e non solo...
	Giallo Sistemi d'Ombra
	Italia di Gusto
	ItalicainTour Partner eDreams
	K2 Chocolate
	Kruder
	Leader Mobile
	MisterBrand
	Myfloor
	MyComm.net
	Naturhouse
	NAU! Ottica
	Nuova VDE International
	Salcert
	Studio Arianna
	T-cap
	Technoware
	Travelbag
	Yamamay

I FORNITORI PER LE IMPRESE

	Armònia
	ActionCost - ActionSell
	Camera di Commercio Italo-Ellenica
	Magic
	MailUp
	Serenissima Informatica

Nove volte

AZ Franchising ha consegnato il prestigioso riconoscimento agli imprenditori che si sono distinti per innovazione e sviluppo



Nell'ambito del salone AZ Franchising EXPO, si è svolta a Palazzo Cusani, prestigiosa sede della Nato in via Brera a Milano, la nona edizione dell'evento che ogni anno premia i franchisor nazionali e internazionali che si sono distinti per capacità di innovazione e sviluppo. La Commissione di valutazione era presieduta da Fabio Pasquali, Amministratore Delegato di AZ Franchising, e composta da autorevoli esperti del settore, tutti di ambito universitario: Prof. Antonio Annibali, titolare dell'insegnamento di Matematica Finanziaria presso

I vincitori dei Franchising Awards 2010



Fabrizio Brogi - NAU! Ottica



David Hassan - 7camicie



Luciano Cimmino - Yamamay, Carpisa

NAU! Ottica

Motivazione del premio:

la rete che ha rivoluzionato il settore dell'ottica attraverso il format monomarca e low cost.

Nata nel 2004, NAU! inizia il suo sviluppo nel 2005 e oggi conta 28 negozi, di cui 14 affiliati. NAU! offre occhiali di qualità e design a prezzi ragionevoli. L'insegna NAU! negli ultimi tre anni ha sempre raddoppiato il proprio giro d'affari così come il numero di imprenditori affiliati.

7camicie

Motivazione del premio:

il network che ha fatto della specializzazione il punto di partenza per imporre un'immagine originale anche all'estero.

7camicie, marchio nato nel 2000, è oggi uno dei principali gruppi leader nel settore della camiceria e cravatteria. David Hassan è la fonte creativa del gruppo, nonché il conduttore dell'intensa crescita che l'azienda ha avuto nel corso degli anni. La rete oggi è composta da 20 punti vendita diretti e da più di 200 punti vendita in franchising sparsi in tutto il mondo.

Luciano Cimmino

Motivazione del premio:

l'imprenditore che ha saputo applicare in tutte le sue potenzialità il sistema franchising

Dal 1992, data di lancio del progetto Original Marines, a oggi con i marchi Yamamay e Carpisa, Luciano Cimmino, con oltre 1500 negozi in franchising aperti in Italia e nel mondo, è uno degli imprenditori italiani che ha saputo interpretare al meglio questa formula distributiva. Oggi tutto ciò è espresso da oltre 600 posti di lavoro diretti e quasi 7000 nell'indotto.

franchising Awards

la Facoltà di Economia dell'Università La Sapienza di Roma, Prof. Francesco Bellini, titolare dell'insegnamento di Informatica presso l'Università degli Studi dell'Aquila, Virgilio Ballerini, professore alla Facoltà di Economia dell'Università La Sapienza di Roma. In precedenza ci sono stati anni in cui il Comitato scientifico ha trovato difficoltà a individuare reti meritevoli, ma non è stato questo il caso dell'ultima edizione, a ulteriore dimostrazione che il franchising come sistema è un ottimo baluardo contro la crisi.



La Commissione ha giudicato meritevoli dei Franchising Awards anche **GEOX** ("Dal prodotto alla formula distributiva, l'eccellenza dell'innovazione che sa unire tecnologia e idee") e il **Gruppo Natuzzi** ("Il Gruppo industriale che ha affrontato le nuove sfide del mercato attraverso il rilancio della formula del franchising").

In alto **Patrizia Signorini**, Console Onorario Generale della Repubblica di Lettonia, Vice Decano e Segretaria Generale del Corpo Consolare di Milano e della Lombardia, consegna la targa a **Luciano Cimmino**.

A destra **Virgilio Ballerini** conferisce il riconoscimento a **Fabrizio Brogi**.

Sotto, **Olivier Gast** premia **David Hassan**.



Il pubblico presente in sala