

Franchising, ancora tanta confusione

There is still plenty of confusion around the subject of franchising

Questione di cultura (e non solo)

It's a cultural matter (and not only that)

È necessario conoscerlo bene per non incorrere in errori
It's important to understand it to avoid making mistakes

di Mirco Comparini

I nostri consigli per spunti di riflessione

Navigando in rete possiamo imbatteci in moltissimi siti, blog, forum, ecc. sparsi nel mondo specializzati in franchising. In una di queste navigazioni, due operatori (in questo caso dagli USA) ponevano, in siti diversi, due domande che sono, da un lato, devastanti per e verso la cultura italiana in materia di franchising e, dall'altro lato, stimolanti per una breve analisi sull'argomento. Le domande:

1. "Why is franchising not seen as a good market model in CEE region? Any ideas?"
2. "I'm looking to franchise my company in 2 or 3 years and would like to know if anyone could recommend a franchise development company".

Non sappiamo niente rispetto a chi poneva le domande, salvo intuire che la seconda domanda giunge da un imprenditore e, all'apparenza, potrebbero sembrare due domande senza elementi di attinenza tra loro, ma non è così.

La prima ci porta a riflettere su quanto ci sia ancora da fare in termini di benefici economici e di sviluppo d'impresa con il franchising, tanto da far chiedere a qualcuno al di là dell'oceano perché, da questa parte dell'oceano, ci avviciniamo al settore in una forma così "distaccata". La seconda ci fa comprendere quale sia l'approccio di un imprenditore USA alla materia: progetto (2/3 anni) e sviluppo. Ambedue ci pongono in evidenza la carenza culturale alla quale dobbiamo assistere "in loco" quando si tratta di franchising.

Advices and food for thoughts

When going online we come across on many websites, blogs, forums, etc about the specialized franchise world. Once we came across two users (in this case the USA) who at two different websites, asked two questions which are from one part critical for and towards the Italian history in field of franchising but from the other side can be very stimulating to do a brief analysis on the topic. These are the questions:

1. "Why is franchising not seen as a good market model in the CEE region? Any ideas?"
2. "I'm looking to franchise my company in 2 or 3 years and would like to know if anyone could recommend a franchise development company".

We know nothing about the people who posted these questions, except from the fact that we may guess that the second question comes from entrepreneur, and apparently they may seem like these two questions that have no discernable connection with each other, but it is not like that.

The first question leads us to think about on how much more needs to be done in terms of economic benefits and corporate development with franchising, so much as for someone overseas to ask why here on the other side of the pond, we approach to the sector in a model apparently very "detached". The second let us understand what is the approach of a US entrepreneur on the subject: the project (2/3 years) and development. Both question highlight

La risposta per ambedue le domande non può che essere lunga: da questa parte dell'oceano gli imprenditori non vogliono attendere 2/3 anni per "fare franchising" e cercano consulenti (quando li cercano) che consentano di "partire in 5/6 mesi" (la tipica frase di richiesta) o al massimo "entro l'anno" anche se lo chiedono in autunno (c'è sempre chi punta alla "grande missione"). Alcuni, addirittura, confondono le due fasi. Confondono tra "progettare" una rete di franchising con "sviluppare" una rete di franchising, ma la cosa non è ritenuta così determinante e, pertanto, molti tendono ad avviare la seconda fase per prima e poi la prima come seconda, "tanto non se ne accorge nessuno". Pur non in assenza di dati ufficiali certi e certificabili da organizzazioni autorizzate, sono ormai consolidati i "rumors" di settore che tendono a confermare la notizia che il 90% dei progetti di reti di franchising spariscono nell'arco di 5/6 anni. Tra l'altro, molti imprenditori, purtroppo, continuano a pensare al franchising come una soluzione utile quando le cose non vanno bene e/o lo affrontano con la paura che gli possa togliere il controllo dalla propria azienda. Questa considerazione è riscontrabile proprio in questo periodo storico dove anche "a vista" è impressionante la nascita di inconsistenti progetti di franchising... Ecco, questa sarebbe, anzi è, la risposta corretta e pur essendo alquanto lunga, non è certamente completa, ma sufficiente perché sicuramente comprensibile a chi effettivamente opera nel settore adottando tutti i fondamentali che, da sempre, hanno dato successo a molte reti che tali fondamentali hanno seguito. Ma dopo la risposta giunge la riflessione, anzi, le riflessioni. "Ma come possiamo pretendere che i nostri imprenditori abbiano una cultura idonea per una "vera creazione" di una rete di franchising seguendo la prassi ed i canoni per una creazione di una "solida" rete di franchising quando..." e di seguito si riportano solo alcuni esempi:

- in portali "specializzati" si forniscono consigli su "come creare un franchising

the lack of local culture when it comes to franchising.

Yes, these two questions trigger these first impressions and encourage these thoughts. Meanwhile, before this considerations, the next step is to develop a virtual answer to both of these questions and the answer needs to be quite long, "on this side of the pond, business owners do not want to wait 2-3 years to "start franchising" and look for consultants (when they do) to allow them to start doing so "in 5/6 months" (the typical request) or at most "within one year" even if they are submitted the request in the fall (there is always those who seek the "great mission") . Some even confuse the two phases, confusing planning the franchise network with developing the franchise network , but it is not considered very important and, therefore, many tend to initiate the second phase first and then the first as the second, as "it's okay nobody will notice."The fact is that, unfortunately, these consultants are also readily available, and you can find them and recruit them easily. Despite official data and studies by reputable organizations, the "rumors" in the industry that says that 90% of franchise networks projects disappear from the scene in a time of 5-6 years are quite consolidated. Among other things, many entrepreneurs, unfortunately, continue to think of franchising as a convenient solution when things are not going well and/or approach it with the fear that it may take control of their company. This is what is happening precisely in this historical period where it's apparent the large number of inconsistent franchise projects being launched ... and you should not count much on representative organizations either." While this would be indeed the correct reply, despite being quite long, is certainly not complete, but enough for an answer in a discussion, an ex-





di successo e che duri nel tempo” troviamo 7 punti: “1-Prodotto vincente; 2-Azienda sana e disposta ad investire; 3-Valori chiari e facilmente trasmissibili agli affiliati; 4-Business conveniente sia per il franchisor, sia per il franchisee, sia per il consumatore finale; 5-Business basato sulla vendita di prodotti e servizi e non sulla vendita del franchisee; 6-Capacità e voglia di investire in pubblicità; 7-Affidarsi ad un esperto in sviluppo del franchising. I consigli, poi, chiudono con il “consiglio dei consigli”: “Seguire questi 7 punti è fondamentale per non finire tra quel 90% di mortalità citato sopra. Si può creare un franchising di successo e che duri nel tempo a patto di riuscire a organizzare al meglio ogni fattore”. Attenzione: in questa lista il fattore costruzione/sperimentazione non è degno di citazione.

- nell'ebook di un noto editore il capi-

tolo “come creare una rete di franchising” non tratta minimamente “come si crea una rete di franchising” ed è totalmente assente un qualsiasi accenno alla fase di sperimentazione ed i relativi tempi. Attenzione: il titolo diventa “fuorviante”.

- nelle fiere del franchising possiamo incontrare reti che non hanno neanche il contratto pronto e sperano di finanziarlo con il diritto di entrata del primo (povero) affiliato. Attenzione: alle fiere assistiamo ad una vera e propria propaganda per la vendita della franchise, cioè, di qualcosa che, per tali casi, non esiste. Ergo, la vendita del niente.

- potenziali imprenditori franchisor ritengono di poter “fare franchising” con una semplice richiesta, esaudita, ad un professionista di fiducia (se non addirittura all'amico di infanzia) di una “bozza di contratto di franchising semplice” o un “contrattino” e considerano

il “resto di quanto necessario” un contorno inutile ed insipido (e qualcuno la fa anche franca perchè riesce anche ad far aderire affiliati nella propria rete).

- dal lato dell'offerta, i potenziali franchisor hanno fretta di “fare franchising” e, dal lato della domanda, i potenziali franchisee hanno fretta di “firmare per aprire” (senza tanti approfondimenti). Attenzione: il rischio di impresa è ben altra cosa.

Gli esempi potrebbero essere molti altri e spesso sono dibattuti tra i vari players del settore, ma, oltre ad una piacevole e costruttiva analisi e discussione, si scende poi in un “disarmo” generale per l'assenza di una possibile via di uscita. Probabile che la soluzione passi da, non tutti, solo alcuni, franchisor seri, veramente seri, insieme a manager e consulenti seri, veramente seri e preparati, che si attivino al fine di isolare velocemente tali metodologie con iniziative collettive, in e con organismi collettivi veramente dedicati alla tutela del settore in modo da divulgare elementi di accrescimento culturale in modo da far capire che per “fare franchising” occorrono specifici elementi e si tratta di un progetto aziendale, non di una mera formalizzazione contrattuale.

change of views, ideas and experiences, as what would happen in a forum or on a blog. A sufficient reply, certainly understandable to those who actually work in this sector, using all standards that have always brought success to the many networks that followed these standards. But after our answer to the questions comes the consideration, in fact, a series of considerations. “But how can we expect our entrepreneurs to have a suitable culture for a “real development” of a franchise network, following the practices and the standards for the development of a “solid” franchise network when ...” And here we have some examples:

- in “specialized” portals they will provide advice on “how to create a successful and long-lasting franchise”

and we have 7 key points: “1--winning product; 2-healthy company and willingness to invest; 3-clear values easily transmittable to franchisees; 4- advantageous business for both the franchisor for both the franchisee and for the final customer; 5-business based on the sale of products and services and not on the sale of the franchisee; 6-Ability and willingness to invest in advertising; 7-Relying on an expert in franchise development”The advice, then close with the “advice of the advice”: “Follow these seven points is critical to avoid ending up like the 90% mentioned above. You can create a successful and long-lasting franchise, as long as you are able to take care of each of these factor. “

Warning: in this list the building / testing factor is not worthy of being mentioned!!!;

- in the ebook of a major publisher in chapter “how to create a franchise network” does not discuss in the least “how to actually create a franchise network” and is completely absent any mention of the experimental phase and the relative timings.

Warning: the title becomes “misleading” !!!;

- in the franchise trade show, you may speak with networks that do not even have the draft contract ready and hope to fund it with the entry fee of the first (unfortunate) affiliate.

Warning: at the fairs we often witness a real communication propaganda for the sale of the franchise, ie, something that, for these cases, it’s not anything concrete, meaning it’s often a scam!!!

- perspective franchisors believe they can “start a franchise” with a simple request to a trusted professional (or even childhood friend) to have a “draft contract of franchise” and consider “the rest that is necessary” useless (and some even manage to get franchisees in their network).

Warning: the content and the object of the contract is always a proven franchise system and the transfer of know-how that comes from tests and trials, meaning, that would be leaving out the object of the contract !!!;

- on the supply side, we have perspective franchisor who have the rush to “start franchising” while on the

demand side, we have perspective franchisees eager to “sign the contract and open the franchise” (without much research and attention).

Warning: what we call entrepreneurial risk is something else entirely!!!;

- etc..

The examples could be many more and are often debated among the different players in the industry, but, in addition to a pleasant and constructive analysis and discussion, it can be quite disarming for the absence of a possible solution. The solution will come most likely from wholesome and professional franchisors, who, along wholesome and professional managers and consultants, really serious and experienced, of they start dedicate themselves in order to quickly isolate these methodologies with collective initiatives and with collective bodies dedicated to the industry in order to spread the protection cultural growth in order to make it clear that to “franchising” needs specific elements and it is a business and management plan, not just a mere contractual formalization .

AZ © RIPRODUZIONE VIETATA

