



Sperimentare una formula franchising è molto più complesso

## La favola del “BASTA UN ANNO”



Nonostante questa sia diventata la tesi definitiva sulla sperimentazione, nessun economista serio potrà mai confermare che sono sufficienti 12 mesi per “testare la validità di un progetto economico-aziendale”

di Mirco Comparini

*Nel numero precedente di AZ Franchising, abbiamo affrontato la prima puntata di un tema controverso e sempre attuale come quello della sperimentazione. Ne è uscito che la legge non dice molto attorno alla tematica, non fissa degli standard minimi. E abbiamo visto come la sperimentazione, però, non sia solo un obbligo (all'italiana), ma una pratica virtuosa di quelle aziende che vogliono crescere in rete in modo sano.*

La serietà della sperimentazione dovrebbe implicare che quest'ultima non possa avere durata irrisoria, con tempistiche brevi e limitati, ma debba svolgersi in un arco di tempo tale da poter rendere il test affidabile, credibile e coerente, così da produrre un risultato attendibile, senza escludere anche il requisito di una sufficiente remunerazione. E allora, **qual è o quant'è il tempo sufficiente?** Senza esitazioni, a parere di chi scrive, su questo tema entriamo nel campo delle

eresie. Sul tema si rilevano e si apprendono tesi, affermazioni, consigli, indicazioni che corrispondono a dei veri e propri obbrobri economici spacciate per importanti frasi estratte da libri di “autorevoli” autori, documenti ufficiali di organizzazioni di categoria, elaborati di professionisti, pseudo guide, pseudo raccolte, pseudo consigli, ecc.. Vediamone alcune.

### Tutti i falsi miti...

- “Prima di costituire la propria rete di Franchising, l'affiliante dovrà aver sperimentato sul mercato, con successo, la propria formula, per un periodo minimo di 1 anno, con almeno un'unità pilota, qualora applicabile”: eresia
- “La sperimentazione non potrà certo quindi avere una durata di pochi giorni o settimane, ma neppure dovrà durare necessariamente anni; in linea di massima, un anno (corri-

spondente a un esercizio finanziario) è generalmente considerato il periodo temporale di riferimento minimo, ma in concreto potrebbe non essere sufficiente”: parziale eresia con errata terminologia

- “Xxx srl ha aperto il suo primo negozio pilota nel settembre del 2011, per dare il via al progetto “Yyyy franchising”: una catena di negozi in franchising specializzati in (...). Dopo un anno di sperimentazione, il lancio pubblicitario ha avuto inizio nel novembre 2012 in occasione del Salone (...)”: inconsistenza basata su eresia
- “Va da sé che questa sperimentazione non possa durare pochi mesi, ma almeno un anno (meglio sarebbero due anni). E che dovrebbe essere fatta su più punti pilota, magari in zone diverse”: ragionamento parzialmente corretto, ma incompleto, con tentativo di soluzione
- “...dovrebbe aver testato l’attività per almeno un anno attraverso uno o più punti pilota in diverse zone geografiche”: eresia temporale, corretta indicazione “spaziale”
- “la sperimentazione avviene attraverso una o più unità pilota, e deve avere, sebbene la legge non lo preveda espressamente, una durata minima non inferiore a un anno, periodo ritenuto sufficiente per misurare, attraverso le risultanze del bilancio di esercizio, i risultati economici dell’attività e quindi la replicabilità della formula a opera di terzi, con prospettive di redditività”: il top delle eresie con attività di edulcorazione selvaggia condita con termini apparentemente professionali.

### ... e le bufale

Potremmo continuare a raccogliere materiale. Ovviamente di frasi di tal natura ne troviamo moltissime e il loro “concetto” è possibile ascoltarlo anche da “insospettabili” operatori del settore, cioè da coloro che non rivestono la qualifica di franchisor, ma operano (in una forma o in altra) nel settore. Da dove prende spunto questa tesi di “un anno”? Originariamente questa tesi matura nel tempo, in assenza di riferimenti normativi, il settore “autogenera” questa tesi. Dal 2004, la normativa introduce dei riferimenti che, purtroppo, con la responsabilità totale di tutti coloro che si vantano di aver contribuito alla stesura del testo, “certificano” questa eresia. I richiami normativi sono quelli che riportano l’obbligo di fornire determinate informazioni integrato dalla frase “... degli ultimi tre anni o dalla data di inizio della sua

attività, qualora esso sia avvenuto da meno di tre anni” dando per scontata una attività da meno di un anno e, pertanto, una sperimentazione avvenuta in tale arco temporale.

### Basta tutto questo?

A questo punto le perplessità:

1. Ma quale economista ancora minimamente dotato e in possesso di una basilare e vitale attività mentale equilibrata può considerare un termine temporale di un anno quale “tempo minimo e sufficiente” per considerare sperimentata una formula commerciale, un modello di business, tale da poter essere “venduta” a terzi invitandoli ad effettuare investimenti anche di centinaia di migliaia di euro?
2. Ma quale economista ancora lucido mentalmente ritiene o può ritenere affidabile un test economico-finanziario svolto in “un esercizio finanziario” (dalle frasi sopra indicate) oppure convalidare tale test dopo un anno, “periodo ritenuto sufficiente per misurare, attraverso le risultanze del bilancio di esercizio, i risultati economici dell’attività e quindi la replicabilità della formula a opera di terzi, con prospettive di redditività”. Adirittura, abbiamo anche le “prospettive di redditività”, “con visioni nel futuro”.
3. Quale “mente sanamente pensante” di un economista “sanamente vivente” può prendere a riferimento un anno quale “periodo temporale di riferimento minimo” identificandolo come il lasso di tempo idoneo o sufficiente per entrare in un mercato, considerare la formula sperimentata, attestare di considerarla atta a produrre una assestata e prospettica “redditività” tale da poter dire ad un terzo soggetto: “attua il mio sistema di impresa, il mio modello di business di successo, dotato di vantaggio competitivo e, per farlo, ti insegnerò io come, intanto dammi i tuoi soldi”.
4. Quale imprenditore “non franchising” ritiene di confermare di aver superato la fase di start up di una nuova impresa dopo un anno? La sperimentazione della formula commerciale per “fare franchising” non è superabile dalla circostanza di esercitare la medesima attività da decenni: “fare franchising” è assolutamente cosa diversa da “fare impresa”, si affiancano, si accompagnano, ma sono due attività distinte, diverse e con

le proprie implicazioni.

Qualsiasi mente (anche non economista) dovrebbe considerare tutto questo alquanto strano:

- Strano che franchisor seri non prendano pubblicamente le distanze da chi porta avanti tali tesi
- Strano che franchisor seri e corretti non difendano sé stessi ed il settore a cui appartengono facendosi promotori di messaggi diversi e antitetici
- Strano che franchisor seri, corretti e onesti non difendano, in tal modo, i loro sacrifici fatti da sperimentazione che ha richiesto lacrime e sangue
- Strano che imprenditori del settore non ritengano giunta l'ora di distinguersi dagli imbonitori di settore, ma soprattutto non ritengano l'ora di non prendere più in considerazione consulenze superficiali che non hanno niente a che vedere con la necessaria professionalità richiesta da qualsiasi progetto aziendale.

Non solo, tutto questo non significa affatto che se la legge è carente non sia meglio, opportuno, onesto, corretto dare e fornire consulenze, consigli o scrivere codici deontologici, articoli o libri a contenuto più “garantista”, più “prudente”, più “etico”, più imprenditorialmente serio o tendente a evidenziare e affermare che si tratta di una assurdità economica che è meglio non seguire, non tenere di conto, anzi, è opportuno evitare, da parte del franchisor, e che è meglio appurare, verificare e controllare bene, da parte del franchisee. Anche perché il divulgare così spudoratamente il concetto del “sufficiente il minimo di un anno” non ha neanche affidabilità circa le singole caratteristiche di ciascuna attività: secondo tale tesi va bene un anno per il franchising alberghiero, per la ristorazione e anche per officine o servizi di assistenza alla persona. È una frase infondata, senza senso e che richiama un proverbio utilizzato in ambienti aziendali (di quelli “etici”): “Chi ha fretta di arricchire non si conserverà innocente”, salvo che non si prendano le distanze da tali modalità operative, ovviamente, ma se le si consigliano, se si frequentano ambienti che di tali modalità ne fanno regola, mission aziendale o associativa, scatta una pericolosa e semplice alleanza tra connivenza e complicità.

(Fine seconda parte)

AZ © RIPRODUZIONE VIETATA

## IN BREVE

La legge non prevede che cosa si intende per “sperimentazione della formula commerciale”. L'unico criterio generale è quello secondo cui la sperimentazione deve essere seria ed effettiva. Quindi: non può essere condotta in via ipotetica o astratta, ma “sul campo”, cioè sul mercato di riferimento (al dettaglio o all'ingrosso; in Italia o all'estero); la sperimentazione non può avere una durata irrisoria, ma deve essere condotta per un tempo sufficiente a testare effettivamente il sistema, in modo che possa produrre un risultato attendibile e/o sufficientemente remunerativo (quindi non potrà certo avere una durata di pochi giorni o settimane, ma neppure dovrà durare necessariamente anni; in linea di massima, un anno può costituire un periodo temporale di riferimento).

## COSA DICE LA LEGGE?

La legge sul franchising è la numero 129 del 2004, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 120 del 24 maggio 2004. L'unico rimando all'obbligo della sperimentazione è all'articolo 3.2 che così recita: “Per la costituzione di una rete di affiliazione commerciale l'affiliante deve aver sperimentato sul mercato la propria formula commerciale”. La legge definisce in questa maniera il franchising: “L'affiliazione commerciale (franchising) è il contratto, comunque denominato, fra due soggetti giuridici, economicamente e giuridicamente indipendenti, in base al quale una parte concede la disponibilità all'altra, verso corrispettivo, di un insieme di diritti di proprietà industriale o intellettuale relativi a marchi, denominazioni commerciali, insegne, modelli di utilità, disegni, diritti di autore, know-how, brevetti, assistenza o consulenza tecnica e commerciale, inserendo l'affiliato in un sistema costituito da una pluralità di affiliati distribuiti sul territorio, allo scopo di commercializzare determinati beni o servizi”.