



Provincia di Alessandria
Centri per l'Impiego



Alessandria Crea Impresa NEWSLETTER N. 9

marzo 2011

Percorsi integrati per
la creazione d'impresa

soges



SOGECOOP
SOLUZIONI GESTIONALI COOPERATIVE

IL FRANCHISING

Il franchising tiene di più e meglio delle formule di commercio tradizionale. L'affiliazione commerciale segna infatti un aumento costante sia del numero di reti presenti sul territorio italiano, sono 869 (+2%) pari a circa 54 mila punti di vendita, sia del fatturato, che sfiora i 22 miliardi di euro (+1,7%), secondo le ultime rilevazioni di Assofranchising.

Numeri lontani dalla crescita a due cifre degli anni d'oro, che tuttavia sono in controtendenza con lo stato di generale sofferenza delle reti al dettaglio indipendenti e sembrano destinati a migliorare anche nel corso del 2011, in cui l'aumento del fatturato potrebbe toccare il 2,5% e quello delle reti il 2%.

A fare la differenza è innanzitutto la flessibilità della formula franchising, che prevede livelli diversi di investimento iniziale: si va dai 15.000 euro medi necessari per aprire un'agenzia immobiliare di 40 metri agli oltre 100.000 richiesti per un negozio di intimo da 70 metri, cui vanno aggiunti i fee d'ingresso, non sempre presenti, che possono andare da un minimo di 5.000 euro a oltre 20.000.

Naturalmente ai costi va aggiunto il canone di locazione, che in una zona semicentrale di Milano da solo finisce per erodere i margini di una struttura non alimentare del 10% e oltre.

E da un punto di vista strettamente immobiliare non c'è solo questo: chi si vuole affiliare non ha piena libertà di scelta su dove affittare il negozio in cui avviare la propria attività.

Difatti non si può aprire in un'area dove entro una distanza, prevista dai contratti di affiliazione, vi sia già un altro punto di vendita della medesima insegna. Bisogna quindi cercare un immobile in una zona ancora libera e che si trovi in una strada di passaggio. Qui oltre a canoni di affitto salati bisogna mettere in conto diritti di buonentrata (fee alla proprietà perché conceda l'immobile in affitto) o di buonuscita (fee a chi occupava precedentemente il negozio) nell'ordine delle centinaia di migliaia di euro.

Questo discorso vale soprattutto per tipologie merceologiche come l'abbigliamento o la decorazione della casa mentre per i servizi il passaggio di pubblico nella strada in cui si affacciano le vetrine è meno importante.

Il rovescio della medaglia è il vantaggio competitivo legato all'opportunità di aprire un'attività sotto la guida di un imprenditore esperto, che conosce il marchio. Un modo per ridurre il rischio d'impresa, insomma: un franchisor serio testa e collauda il modello, i prodotti e le attrezzature ed è in grado di trasmettere velocemente know-how e competenze.

Una volta avviata l'attività, il rapporto di collaborazione continua e si esplicita nel sostegno pubblicitario e di marketing e nell'offerta di consulenza e supporto sul fronte amministrativo-manageriale e di formazione del personale: servizi che l'affiliato paga attraverso il versamento della fee d'ingresso.

da *Corriere franchising*

QUANTO COSTA COMPERARE UN'ATTIVITA'

Rilevare un bar che incassa duemila euro al giorno per sei giorni alla settimana costa in centro di Milano da 850 mila a un milione; un esercizio che ne ricava la metà ma in una zona periferica vale circa un terzo da 300 a 350 mila euro. A Roma il gap è ancora più pronunciato: il bar centrale con duemila euro al giorno vale tra 600 e 700 mila euro, quello periferico da mille euro si acquisisce con l'esborso di circa un quarto: da 150 a 180 mila euro.

Se in centro a Milano considerassimo invece un negozio di casalinghi che incassa sempre duemila euro al giorno basterebbero all'incirca 200 mila euro per rilevare l'attività, perché la richiesta è poca e gli spazi necessari per un negozio con un giro d'affari così rilevante richiedono costi di locazione esorbitanti rispetto al potenziale incasso.

Le cifre sono ricavabili dall'ultima edizione del listino delle aziende commerciali redatte dalla Fimaa Confcommercio, che riporta le stime dei prezzi con cui passano di mano i negozi già avviati nelle principali città italiane. Oltre al valore dell'attività il listino analizza anche i canoni di locazione. Gli aspetti da valutare per la stima del prezzo a cui cedere un'azienda commerciale sono diversi. Il primo è la merce che chi cede il negozio lascia a chi subentra; il valore è di agevole determinazione e si calcola computando al prezzo di costo le rimanenze che si possono ancora vendere. Pochi problemi presenta anche un secondo aspetto, il valore degli arredi e delle attrezzature.

Un fattore importante soprattutto per i pubblici esercizi: per convenzione si stima in 8 anni il periodo di obsolescenza delle attrezzature. L'anzianità di queste ultime incide sul valore dell'azienda tra il 10% per un ristorante e il 15% per un bar. L'arredo diventa irrilevante invece per negozi come le boutique, che necessitano quasi esclusivamente di scaffalature e dove di norma chi subentra ristrutturava tutto il locale.

Il terzo criterio è l'avviamento commerciale. "Si tratta – spiega Gianni Larini, che coordina il borsino Fmaa – dell'aspetto di gran lunga più importante e più difficile da definire: bisogna valutare come è gestita l'azienda, da quanto tempo è sul mercato, il ricarico delle merci, il trend di vendita, la fidelizzazione della clientela".

Verifiche che possono anche essere empiriche: ad esempio un criterio comunemente adottato per valutare l'incasso giornaliero di un bar è contare i caffè serviti in un giorno, moltiplicando il loro numero per il prezzo dell'espresso e poi ancora per 1,8.

Risalire all'incasso vero è fondamentale perché il prezzo di norma è dato da un moltiplicatore dell'incasso lordo annuo e dipende anche dalla possibilità di trovare sul mercato un determinato tipo di esercizio. Ad esempio, sottolinea Lionella Maggi, presidente della Fimaa milanese, "in una grande città come Milano nonostante la crisi la richiesta di bar è molto forte perché le licenze sono contingentate".

Con questa premessa non meraviglia il fatto che gli esercizi più cari in assoluto siano le farmacie, le cui aperture sono subordinate al rispetto di una pianta organica. La farmacia, oltre a registrare forti incassi lordi giornalieri ha anche coefficienti moltiplicatori molto elevati: l'acquisizione può comportare un investimento anche di diversi milioni di euro.

Solo per alcune tipologie di negozio il moltiplicatore non si applica sull'incasso lordo ma su altri indicatori: è il caso delle tabaccherie, che per la rivendita di generi in monopolio vengono valutate in funzione dell'aggio che lo Stato riconosce o delle edicole, che sono stimate sulla base dell'utile lordo (il margine della vendita dei giornali).

Il valore delle edicole è decisamente sceso da quando non hanno più il monopolio sulla vendita dei giornali; lo stesso discorso vale per tutte le categorie merceologiche che vedono farsi più forte la concorrenza di forme organizzate di distribuzione: gli alimentari ma anche l'abbigliamento o i negozi di elettrodomestici che devono fare i conti con l'avanzata dalle grandi superfici specializzate.

Da Immobili e Business

PREMIO "GAETANO MARZOTTO" ALL'INNOVAZIONE

400 mila euro di montepremi per gli imprenditori del futuro. È un premio all'intraprendere nella nuova Italia, nell'anno delle celebrazioni per i 150 anni dell'Unità d'Italia. Si cercano gli imprenditori di domani che siano in grado di far convivere impresa, società e cultura. Non è importante l'area di applicazione imprenditoriale, è importante la visione e la forza progettuale della loro innovazione.

Una giuria internazionale selezionerà le migliori tre proposte che oltre al premio in denaro avranno a disposizione partner e network per sviluppare al meglio la loro idea. Il premio, che avrà una durata decennale, contribuisce a creare una piattaforma dell'innovazione in Italia.

Per ulteriori informazioni www.progettomarzotto.org

NUOVE SEDI PER I CENTRI PER L'IMPIEGO DI CASALE MONFERRATO E TORTONA

Nel mese di febbraio sono stati inaugurati le nuove sedi dei Centri per l'Impiego di Casale Monferrato e di Tortona.

“La scelta di stabilire i CPI in una nuova locazione – dichiara l'assessore provinciale al Lavoro, Massimo Barbadoro – nasce dalla necessità di adeguare gli spazi in termini di sicurezza ed agibilità, assenza di barriere architettoniche, posizionamento in zona centrale della città e, quindi, più in generale renderli più accessibile agli utenti. Grazie ai lavori di adeguamento le nuove strutture rispondono a tutti questi criteri, frutto di una proficua collaborazione con il Comune di Casale Monferrato e di Tortona”.

Grazie all'intervento, migliora anche la qualità degli ambienti di lavoro per i dipendenti, con l'intento di metterli in condizioni favorevoli per offrire un buon servizio agli utenti.

Inoltre, la vicinanza con la sede del Comune di Casale Monferrato e di Tortona si rivela strategica in un'ottica di lavoro di sinergia con l'amministrazione locale, nella convinzione che un processo di collaborazione tra le istituzioni possa essere fondamentale per garantire ai cittadini un servizio qualitativamente migliore.

Per quanto riguarda i Centri per l'Impiego, obiettivo fondamentale è quello di promuovere e facilitare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, fornendo attività di informazione, consulenza e orientamento al lavoro.

Tra le attività amministrative dei Centri per l'Impiego ci sono il collocamento e i servizi di incontro tra domanda e offerta di lavoro, l'accompagnamento all'inserimento lavorativo per persone che sono alla ricerca di lavoro e/o corsi di formazione o che stanno lavorando e cercano nuove opportunità professionali, l'accompagnamento alle aziende che ricercano nuovo personale da inserire nella propria organizzazione anche tramite l'attivazione di stage e tirocini, la prima accoglienza e formazione, l'orientamento, la dichiarazione di immediata disponibilità al lavoro, sportelli per l'apprendistato, stage e tirocini formativi, auto-imprenditoria, consulenze sull'assolvimento dell'obbligo formativo ed il collocamento per il diritto al lavoro dei cittadini diversamente abili.

I Centri per l'Impiego si trovano ora:

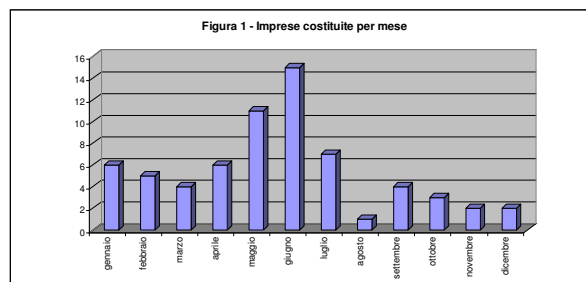
- a Casale Monferrato in via Magnocavallo 13,
- a Tortona in via Marsala 22, presso l'ex Caserma Passalacqua.

Ulteriori informazioni sono disponibili sul nuovo portale www.provincialavoro.al.it.

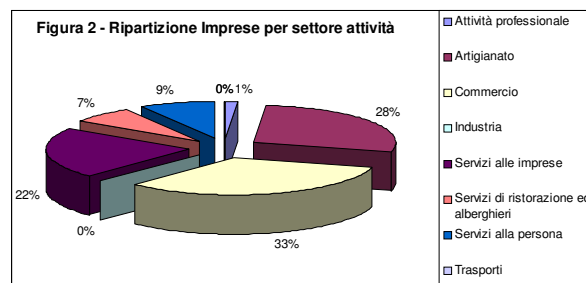
LE IMPRESE COSTITUITE NEL 2010

Sono 66 le imprese costituite e avviate nel 2010 che si sono avvalse del supporto dello Sportello Creazione d'Impresa della Provincia di Alessandria nella fase di definizione delle scelte organizzative e per la predisposizione del proprio business plan, attraverso le quali si sono creati 112 nuovi posti di lavoro.

L'analisi sulla periodicità (vedi figura 1) mette in evidenza come il picco maggiore di imprese avviate sia avvenuto nei mesi centrali dell'anno, mentre si è registrato un minimo ad agosto e comunque tutta la seconda parte dell'anno si è mantenuta su valori inferiori alla media. Tale situazione è ampiamente giustificabile dalla volontà di molti imprenditori (in generale, non solo quelli che si sono avvalsi dei servizi dello Sportello) di non avviare l'impresa in prossimità della chiusura dell'anno solare.



L'analisi sui settori (vedi figura 2) mette invece in evidenza che è il commercio il settore che ha visto l'avviamento del maggior numero di Imprese, seguito da vicino dall'artigianato e dai servizi alle imprese, mentre non vi sono state Imprese avviate nei settori dell'industria e dei trasporti.



In termini di forma societaria prevalgono nettamente le imprese individuali raggiungendo il 60% del totale, seguono quindi le Snc con il 20%, le Srl con il 12% e le Sas con l'8%.

Nel periodo di riferimento non sono stata avviate società cooperative.