

ASILI & Co: come avviare un'attività per i bambini

APRIRE UNA PALESTRA  
Tutti i contatti utili

IL CONTRATTO: Scopri se è a norma di legge

www.azfranchising.it



**AZ**  
Franchising

FRANCHISING

Franchising  
AWARDS 2010  
TUTTI I VINCITORI



Fabrizio Brogi - NAU! Ottica

Luciano Cimmino - Yamamay, Carpisa

David Hassan - Tcamicie

# L'ECCELLENZA DEL FRANCHISING

FORMAZIONE, INFORMAZIONE, NETWORKING, BUSINESS: IN DIECI PAGINE TUTTE LE RAGIONI DEL SUCCESSO DI AZ FRANCHISING EXPO 2010. UN APPUNTAMENTO FISSO PER I MAGGIORI PLAYER DEL SETTORE E PER CHI VUOLE ENTRARE IN UNA RETE



ISSN 1594-1957



00006>  
9 771594 195007

€ 4.90

## STRATEGIE

Le regole di geomarketing per catturare il cliente che rende di più

## INCHIESTA

Passare l'azienda da padre a figlio: gli errori da evitare

## LOCATION

Le mosse giuste per valorizzare il tuo negozio nel centro storico



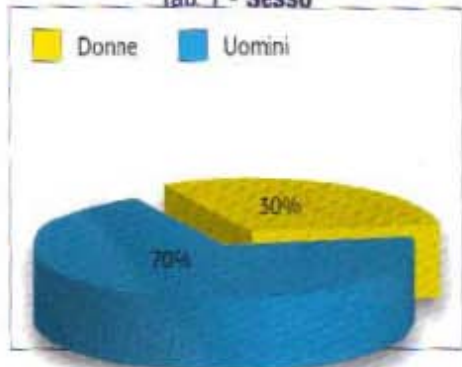


AZ Franchising EXPO 2010, manifestazione organizzata da AZ Franchising giunta alla seconda edizione, ha visto insieme i maggiori player di settore in un momento di confronto sull'andamento del mercato e sulle sue necessità di rinnovamento. La mostra-convegno-incontro racchiude in sé diverse anime, dalle 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

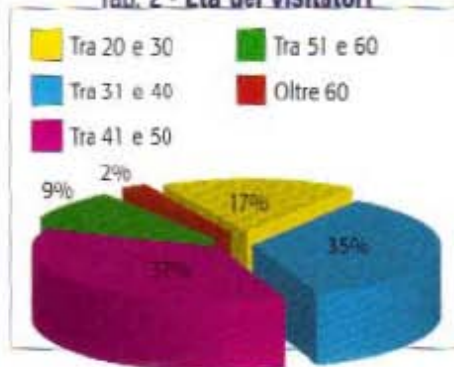


# L'ecceellenza

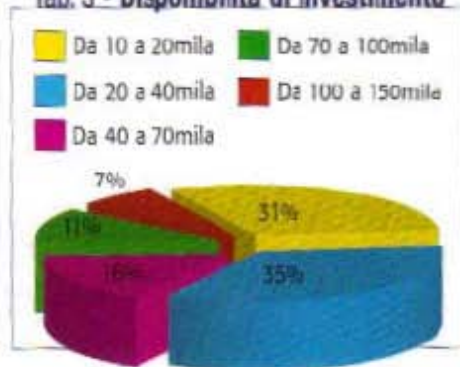
Tab. 1 - Sesso



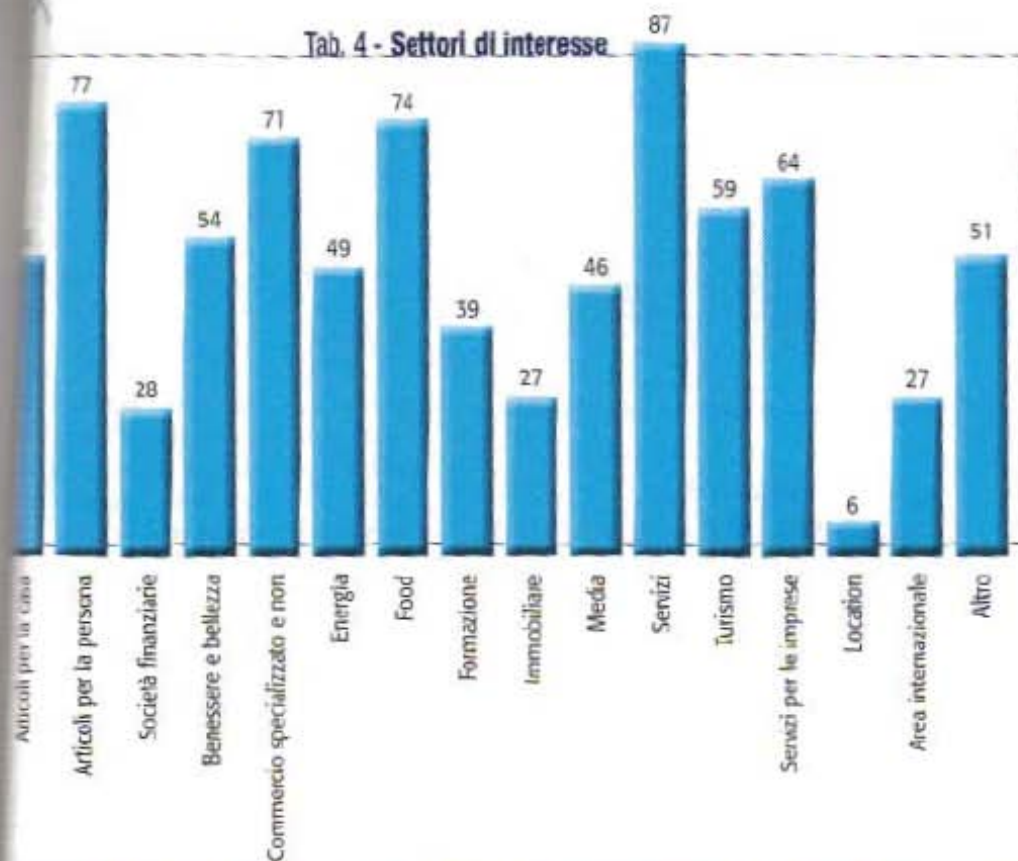
Tab. 2 - Et  dei visitatori



Tab. 3 - Disponibilit  di investimento

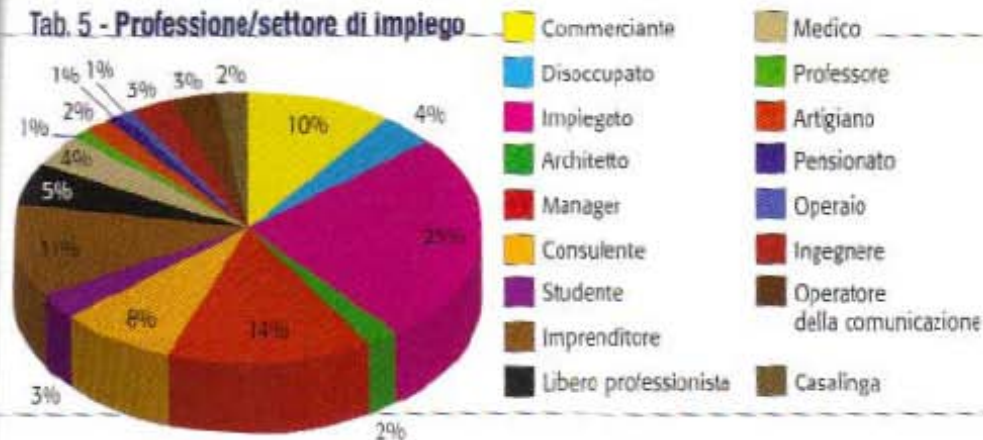


Tab. 4 - Settori di interesse



# del franchising

Tab. 5 - Professione/settore di impiego



**N**elle 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.

Relatori a confronto sul tema  
"Come vederci 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

Cominciare dai piccoli mercati urbani per conquistare la Spagna, "aggreddire" 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"

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 Luise**, 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 Còndina**, senior partner Còndina & 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 vederci chiaro nei contratti di affiliazione**  
Quali sono gli elementi essenziali di

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.

# Nove volte

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



**N**ell'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 Annibaldi, titolare dell'insegnamento di Matematica Finanziaria presso

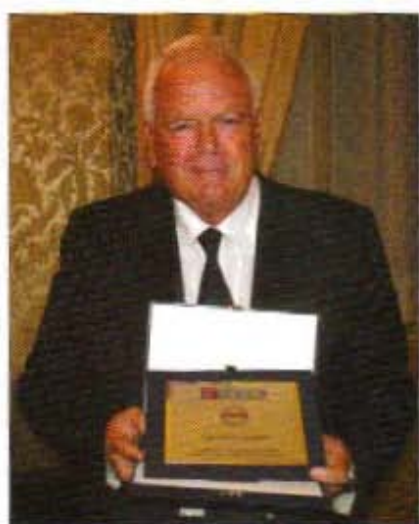
## I vincitori dei Franchising Awards 2010



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

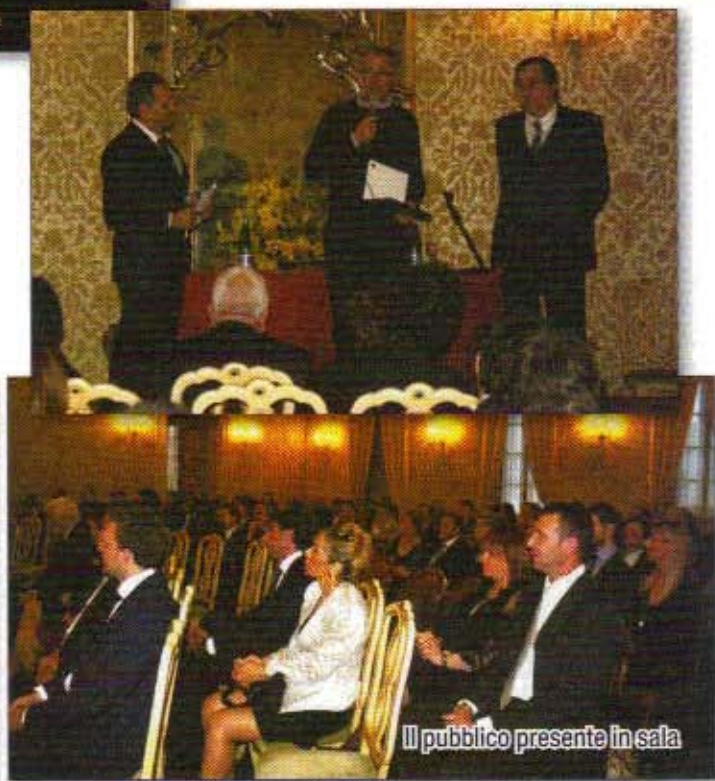
la Facoltà di Economia dell'Università La Sapienza di Roma, Prof. Francesco Bellini, titolare dell'insegnamento di Informatica presso l'Università degli Studi dell'Aquila, Virgilio Ballerini, professore alla Facoltà di Economia dell'Università La Sapienza di Roma. In precedenza ci sono stati anni in 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.



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**.



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"*).