



Se per cucinare bene bastassero ingredienti di eccellenza scelti con cura estrema, dosi misurate al millimetro e la ricetta scritta, saremmo tutti ottimi cuochi. Ma la realtà, lo sappiamo, non è questa. Perché a fare la differenza ci sono componenti che per comodità ci piacerebbe definire “questioni di fortuna”, ma che invece molto hanno a che fare con il talento, l’esperienza, la maestria, lo studio, la ricerca di chi quegli ingredienti poi deve metterli insieme.

Così è nel mondo imprenditoriale in generale e nel franchising in particolare. Può sembrare facile dare avvio a una rete, magari sulla base di una attività commerciale propria che funziona bene. Però non lo è e va tenuto presente da quanti, sempre di più i gruppi industriali, stanno pensando di diventare franchisor perché capiscono che oggi, per rimanere bene sul mercato, è vitale l’integrazione a valle per presidiare direttamente il contatto con un consumatore sempre più esigente. Un esempio di rete di successo lanciata da un produttore notissimo lo raccontiamo in questo numero. Pasquale Natuzzi spiega bene perché decise di aprire un proprio punto vendita e poi di lanciare il network negli anni Novanta, e i suoi presupposti sono condivisi, comprensibilmente, da un numero sempre cre-

scente di imprenditori. La professionalità che è richiesta per dare avvio e portare a riuscita una operazione del genere però non è da sottovalutare: non bastano una serie di competenze specifiche, perché ogni volta il successo è una alchimia di differenti fattori. È una consapevolezza che ci deriva dalla lettura professionale di un trend storico di oltre dieci anni, di più di 500 imprese che abbiamo aiutato a sviluppare in Italia e all’estero. Così come abbiamo visto raggiungere le massime vette da imprenditori che si sono rivelati eccellenti franchisee piuttosto che franchisor. Un know-how che abbiamo potuto costruire perché quotidianamente incontriamo, ascoltiamo, supportiamo e impariamo da chi ha scelto il franchising per crescere come impresa. Ecco perché fondamentale è affrontare preparati le sfide e continuare a studiare, ad aggiornarsi, a informarsi. Non solo per quello che riguarda il prodotto o il servizio che si vuole offrire, ma anche per quanto riguarda l’ingegnerizzazione delle reti, i processi della filiera, la formazione continua degli affiliati: il mercato oggi non ammette improvvisazioni.

Fabio Pasquali

Direttore Responsabile
f.pasquali@jrp.it