



**Q**uante volte ci siamo sentiti ripetere - e abbiamo detto noi per primi - che la crisi è anche una opportunità? Tante, tantissime. Un po' meno volte però qualcuno si è preso l'onere di spiegarci anche perché, e cioè in che modo un momento di difficoltà può evolversi in una situazione positiva, addirittura vantaggiosa e impensabile prima. In questo numero troverete quei "perché" raccontati da chi ha scelto di diventare imprenditore con il franchising proprio nel momento acuto della crisi globale e di chi già lo era e ha dovuto reagire.

Una congiuntura economica esterna, che non dipende da scelte che abbiamo preso noi in prima persona, ha un potere enorme: rompe gli schemi, soprattutto mentali, a cui ci siamo abituati e costringe ad agire in modo nuovo e innovativo.

Ci obbliga a "prenderci in mano", a mettere in campo risorse che forse neanche pensavamo di avere, rimette in gioco le nostre competenze. E ancora, fondamentale, dà modo di scoprire o riscoprire un aspetto determinante nel successo professionale: **la motivazione**.

È il motore di ogni azione, viene prima della forza di volontà, prima della abilità nel saper calcolare il percorso per raggiungere il nostro obiettivo: è quello che davvero vo-

gliamo fare, il lavoro di cui siamo innamorati. Se si è motivati, non c'è ostacolo che tenga, una soluzione si troverà sempre.

E d'altra parte, la motivazione è qualcosa che nessuno potrà mai regalarci: o c'è o non c'è.

Le storie di successo che raccontiamo su AZ partono spesso da una **passione**, che però non esime da scelte difficili. Perché essere imprenditori richiede anche sacrificio e disciplina. È un mestiere che affascina per la promessa di libertà che regala, ma con il tempo si scopre che con qualcuno bisogna scendere a patti (il mercato e le banche, per esempio).

Però chi ha scelto di mettersi in proprio entrando in un network sa che fare parte di un sistema a rete oggi, e sempre più in futuro, è il modo più efficiente e efficace per dare forma concreta al sogno imprenditoriale: perché riduce il rischio di impresa, velocizza i percorsi, razionalizza i costi. Perché il know how del franchisor, un valore intangibile, si traduce, nelle formule sane, in una ben tangibile eccellenza dei ricavi. A patto che anche l'affiliato sappia fare la sua parte.

**Fabio Pasquali**

Direttore Responsabile  
f.pasquali@jrp.it