



Seminario per Franchisor

LO SVILUPPO DEL FRANCHISING: MITO E REALTA'

I fattori chiave per un network di successo

6-13-14 novembre 2007

Milano, piazza Sant' Ambrogio 16

Obiettivi

Il Franchising è una formula distributiva che ha avuto grande sviluppo nel mondo dimostrando che, se costruito con rigore, può portare a buoni risultati economici e di sviluppo. Un'insegna forte, la qualità del prodotto/servizio offerto, un buon rapporto qualità/prezzo e un concept replicabile nel mondo sono tutti elementi fondamentali di un modello di Franchising che voglia avere successo.

Il corso realizzato da Confimprese vuole fornire – con un approccio strategico - gli strumenti per valutare l'opportunità di avviare un progetto in Franchising o per rilanciare progetti già avviati.

Nel corso delle tre giornate docenti altamente qualificati, che hanno maturato una significativa esperienza manageriale nel Franchising, guideranno i partecipanti ad un confronto su aspetti strategici, manageriali, legali, economico-finanziari, di human resources e marketing che caratterizzano questa formula.

Destinatari

Aziende industriali o commerciali che stiano valutando l'opportunità di sviluppare un network in Franchising, Franchisor che vogliano ottimizzare l'impostazione del proprio business e aziende straniere interessate ad entrare sul mercato italiano. La prima giornata, che con un taglio strategico vuole inquadrare gli aspetti chiave del franchising, è dedicata ad imprenditori, amministratori delegati e direttori generali. Per le altre due giornate, che affronteranno con un approccio più tecnico le varie tematiche, è prevista la possibilità di delegare propri collaboratori.

Costo

2500 euro + iva per il primo partecipante, per i successivi della stessa azienda 1250 euro + iva

Offerta soci Confimprese:

1500 euro + iva (sconto 40%) per il primo partecipante, per i successivi della stessa azienda 750 euro + iva.

Per informazioni e iscrizioni contattare:

Confimprese

Tel.0289013233

Fax:02874475

Email: training@confimprese.it

PROGRAMMA

Martedì 6 novembre 2007, ore 10.00-17.00

- 10.00 OBIETTIVI DEL CORSO
Mario Resca, Presidente Confimprese
- 10.15 PERCHE' SCEGLIERE IL FRANCHISING
Giorgio Manfredini
- 10.30 LO STATO DELLE RETI IN FRANCHISING IN ITALIA E ALL'ESTERO
Giorgio Manfredini
- Lo sviluppo delle catene in franchising: confronto tra Italia, Europa e USA
 - L'atteggiamento dell'imprenditore
 - I fattori chiave del modello di business
- 11.15 *Coffee break*
- 11.30 ASPETTI DETERMINANTI E PROBLEMATICHE DEL FRANCHISING- parte I
Cesare Zamboni
Andrea Zocchi
- L'esclusiva di zona
 - Proprietà intellettuale e politica di marca
 - La responsabilità del franchisor per inadempienze del franchisee
 - Sostenibilità finanziaria del modello di business
- 13.00 *Lunch*
- 14.30 ASPETTI DETERMINANTI E PROBLEMATICHE DEL FRANCHISING- parte II
Stefano Ferro
*Vartan Manoukian**
Roberto Ronchi
- I cambiamenti nell'organizzazione di un'azienda industriale
 - La scelta delle location
 - Il profilo e la selezione del franchisee
 - Lo sviluppo all'estero: la figura del master franchisee
- 16.00 TAVOLA ROTONDA CON I FRANCHISOR ITALIANI DI SUCCESSO
Mario Aspesi, Direttore Generale di Autogrill
*Laura Cioli, Direttore Retail Eni Gas & Power **
*Mario Moretti Polegato, Presidente Geox**

Conduce i lavori Luca Rossi, A.T. Kerney

* Relatori da confermare

Martedì 13 novembre 2007, ore 10.00-17.00

10.00 IL FRANCHISING: UN MODELLO DI SVILUPPO PER IL RETAIL

Cesare Zamboni

- Il contratto di franchising nel quadro dei contratti distributivi
- La Legge 6 maggio 2004 n° 129
- Segni distintivi: marchio, insegna e Concept Store
- Servizi del franchisor: trasferimento know-how, formazione e selezione location
- Flussi di reddito: entry fee e on-going royalties
- Gestione delle criticità del rapporto e scenario giurisprudenziale
- Modelli contrattuali per l'internazionalizzazione del progetto: master franchising, area development agreement e area representative

11.30 *Coffee break*

11.45 LO SVILUPPO SUL MERCATO NAZIONALE: ASPETTI GESTIONALI E IMMOBILIARI

Roberto Ronchi

- Visibilità e importanza della location
- La scelta delle location
- La rivalutazione immobiliare all'interno del conto economico

13.00 *Lunch*

14.30 FRANCHISING E CRESCITA INTERNAZIONALE

Stefano Ferro

- Ragioni dello sviluppo internazionale attraverso il franchising
- Condizioni e presupposti per lo sviluppo
- L'identificazione delle aree target
- L'implementazione: vantaggi e prerequisiti per il successo
- Il monitoring delle performances

15.45 LA CREAZIONE DI VALORE ATTRAVERSO IL FRANCHISING

Andrea Zocchi

- Il modello della creazione di valore
- L'investimento iniziale e i costi di esercizio nelle differenti forme di franchising
- Il Piano pluriennale e la misurazione del ritorno sull'investimento
- La fiscalità come elemento discriminante nella rilevazione della profittabilità della catena

Mercoledì 14 novembre 2007, ore 10.00-17.00

10.00 LE RISORSE UMANE NEL FRANCHISING

*Vartan Manoukian**

- Il ruolo della funzione risorse umane in un'azienda franchisor
- La ricerca e la selezione dei franchisee (individuazione del profilo, dei canali di ricerca, strumenti di selezione)
- Il percorso di inserimento e la formazione dei franchisee
- Le figure aziendali con mansioni di supporto ai franchisee e di controllo del rispetto degli standard.
- Il ruolo della cultura e della "vision" aziendali.

11.30 *Coffee break*

11.45 LE OPERATIONS

Roberto Ronchi

- La gestione delle operations
- Le procedure di controllo degli standard
- Il ruolo della supervisione operativa
- L'incidenza del costo operativo sul fatturato

13.00 *Lunch*

IL RETAIL AL SERVIZIO DELLA MARCA

Emanuele Sacerdote

- La tesi di fondo
- Contesto di riferimento
- La mega-marca ed il retail
- La pianificazione strategica del retail
- Gli indicatori

PROFILO DEI DOCENTI

Stefano Ferro, dopo la laurea in fisica nucleare all'Università Statale di Milano e il Master MBA presso l'Università Bocconi di Milano. Dal 2003 è Docente di Marketing all'Università Cattolica di Milano. Inizia la sua carriera in Bticino, dall'89 è AD di GFT Donna (azienda del Gruppo Gft leader nel licensing delle linee PaP di lusso: Armani, Valentino Ungaro, Dior, Montana), nel '92 assume la carica di CEO di Bally International (azienda svizzera leader mondiale nella produzione e nel retailing di calzature e accessori di lusso), dal '95 al '99 come AD del Gruppo Standa attua una profonda ristrutturazione delle tradizionali attività Food e Grandi Magazzini e realizza anche il lancio di Blockbuster e Toys Center. Dal '99 nuovamente nel Fashion Business, prima come AD di Genny (Gruppo Prada) e poi in Malo (cashmere).

Giorgio Manfredini, dopo la Laurea in Economia e Commercio presso l'Università Bocconi, ha maturato una lunga e significativa esperienza in aziende primarie del settore retail: dopo aver ricoperto la posizione di marketing manager in **Unilever**, in **Cremonini** ha lanciato la ristorazione fast food in Italia con **Burghy** per poi divenire direttore generale **Blockbuster** e, in seguito, direttore generale marketing strategico **Autogrill**.

Mario Resca, Presidente Confimprese, del Casinò di Campione d'Italia, della "American Chamber of Commerce" in Italia e di Italia Zuccheri, Consigliere ARFIN, Consigliere Nazionale dell'U.P.A. (Unione Pubblicitari Associati), membro del Consiglio di Amministrazione dell'ENI e del Gruppo Mondadori. È inoltre Presidente della Fondazione per l'Infanzia Ronald McDonald Italia. È stato Presidente di McDonald's Italia dal 1995 al 2007 e Commissario straordinario del Gruppo Cirio-Del Monte dal 2003 al 2007.

Roberto Ronchi, ha maturato significative esperienze in Autogrill spa in qualità di responsabile nuovi prodotti e nuovi mercati, ha contribuito allo start up di diverse società di ristorazione, concludendo la sua ultima esperienza di manager presso la Mc Donald's Italy come Direttore Sviluppo e Franchising. Attualmente imprenditore nel campo della distribuzione e commercializzazione alimentare.

Luca Rossi è Managing Partner della Mediterranean Unit, con uffici a Milano e a Roma. In A.T. Kearney dal 1997, è anche a capo della Practice Communications & High Tech. Ha maturato una significativa esperienza nel campo della consulenza direzionale, lavorando in Italia e all'estero alla definizione di strategie di sviluppo e all'implementazione di programmi di cambiamento interfunzionali per grandi società operanti soprattutto nei settori della telecomunicazione fissa e mobile e dei new media.

Laureato all'Università Bocconi di Milano, ha conseguito un Master in Business Administration presso la London School of Economics. Ha iniziato la propria carriera presso una primaria banca d'affari internazionale.

Emanuele Sacerdote, Laurea in Scienze Politiche e MBA. Inizia la sua carriera presso l'agenzia di pubblicità Young&Rubicam e McCann Erickson per poi passare in azienda. È stato Marketing Manager in Levi Strauss per il lancio in Europa del brand Dockers, Responsabile della Corporate Identità di Autogrill e Direttore Marketing Europa per la Ermenegildo Zegna. Attualmente è Head of Sales & Retail presso la Ferrari Auto Divisione Brand Development & Partners.

Ha collaborato come giornalista free lance con la testata Mark Up dal 1998 al 2003 con le rubriche "Abbigliamento e complementi" e "Target di mercato". Ha pubblicato nel 2006 come autore e curatore il libro "Le strategie del retail nella moda e nel lusso" collana Polimoda Fashion Marketing edito dalla FrancoAngeli.

Cesare Zamboni, dopo la Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Bologna ed il conseguimento del titolo di Avvocato, ha rivestito il ruolo di "In-house Counsel" presso la Banca Popolare dell'Emilia-Romagna e successivamente il ruolo di General Counsel nel gruppo Segafredo Zanetti. Dal 1996 ha svolto, all'interno del Gruppo Segafredo Zanetti, la funzione di Amministratore Delegato in varie consociate, in Italia ed all'estero, tra cui Segafredo Zanetti Espresso Worldwide Ltd, che ha sviluppato il progetto franchising.

Dal 2005 ha ripreso l'attività di Libero Professionista svolgendo attività di consulenza, specificatamente nel mercato retail, per società nazionali ed estere.

Andrea Zocchi, laureato in Economia e Commercio e Dottore Commercialista, dopo una lunga esperienza in PriceWaterhouse ha presidiato l'area finanza e controllo di numerose società leader nel loro mercato di riferimento. E' stato Group Controller della **Knoll International**, VP Finance e Development della **McDonald's Italy**, Direttore Generale Finanza della **Netsystem** e attualmente ricopre la carica di VP Finance e CFO della **N&W Global Vending**.