



MAIL BOXES ETC.®

#PeoplePossible

MBE FRANCHISING

Costruisci
il tuo futuro imprenditoriale
con un marchio leader

Indice

- 3 Introduzione
- 4 Che cos'è il franchising:
panoramica e tendenze del settore
- 10 L'investimento per aprire un'attività in franchising
- 11 I punti di forza di un'attività in franchising
- 13 Scegliere il tuo business format in franchising in 8
semplici passaggi
- 16 Il settore delle spedizioni e della logistica
- 18 Mail Boxes Etc.: 30 anni di solida esperienza
- 19 Fortidia: la nuova identità di Gruppo
- 20 La multi affiliazione:
storie di eccellenza imprenditoriale
- 24 I vantaggi di aprire un Centro MBE:
il supporto che fa la differenza
- 30 Glossario





INTRODUZIONE

Avviare una propria impresa può essere una sfida complessa ma il supporto di una rete in Franchising solida e ben organizzata può fare la differenza. Un'organizzazione consolidata sia a livello nazionale che internazionale, offre agli imprenditori e alle imprenditrici il sostegno necessario per affrontare le diverse sfide del mercato.

Mail Boxes Etc. riconosce l'importanza di valorizzare e supportare ogni singolo partner. Il merito di MBE è strettamente legato alla forza, all'impegno e alla passione delle persone che, collaborando, raggiungono obiettivi ambiziosi e si sostengono reciprocamente.

MBE dimostra una straordinaria capacità di adattamento ai cambiamenti e alle sfide poste dall'attuale contesto macroeconomico, caratterizzato da un'evoluzione continua delle abitudini dei consumatori e dell'innovazione tecnologica.

Avere una visione orientata al futuro è essenziale per mantenere e raggiungere nuovi obiettivi.

Mail Boxes Etc. ("MBE"), parte del Gruppo Fortidia, una piattaforma leader nel settore dell'abilitazione al commercio che fornisce soluzioni di e-commerce, fulfillment, spedizione e marketing a piccole e medie imprese e consumatori - vanta una rete globale di professionisti presente in oltre 60 paesi, con oltre 3.200 Business Solutions Centers in tutto in mondo. Al cuore della rete ci sono le persone. In MBE, #PeoplePossible rappresenta una comunità in cui ogni individuo contribuisce attivamente e concretamente alla crescita collettiva. Supportare i partner nel superare le sfide quotidiane è la missione di MBE.

Che cos'è il franchising:

Panoramica e tendenze del settore

Il Franchising, noto anche come affiliazione commerciale, è una forma di collaborazione continua che facilita la distribuzione di beni e servizi tra un imprenditore (Affiliante o Franchisor) e uno o più imprenditori (Affiliati o Franchisee).

Questo rapporto viene formalizzato tramite un contratto dettagliato che regola i diritti e gli obblighi di entrambe le parti:

L'affiliante concede all'affiliato l'utilizzo della propria formula commerciale, che include il diritto di sfruttare il know-how e i segni distintivi del marchio. Questo comprende una serie di tecniche, conoscenze e procedure operative che permettono all'affiliato di gestire l'attività con la stessa immagine e gli stessi standard dell'affiliante. Inoltre, l'affiliante offre supporto e assistenza continua per garantire che l'affiliato possa operare efficacemente.

L'affiliato, dal canto suo, si impegna ad adottare la politica commerciale e l'immagine dell'affiliante nell'interesse reciproco delle parti e del consumatore finale, nonché a rispettare le condizioni contrattuali liberamente pattuite.

Il Franchising rappresenta uno dei modelli di business più diffusi nel panorama globale che combina l'indipendenza imprenditoriale con il supporto e la sicurezza di un marchio affermato. La sua capacità di espandersi rapidamente e di adattarsi a diversi mercati ha reso il Franchising una scelta attraente sia per imprenditori emergenti che per aziende consolidate.

Secondo Business Research Insights, **il Franchising continua a crescere globalmente, con una previsione di raggiungere 279.916,5 milioni di USD entro il 2032** e un CAGR del 9,73%. La crescita è sostenuta dall'aumento della domanda nei settori tecnologici, eco-sostenibili e della logistica

FONTE

Il Franchising in Italia vale l'1,8% del PIL. L'incremento dei punti vendita nel 2023 e degli addetti coinvolti dimostra la solidità e l'attrattiva del modello di business del Franchising nel nostro paese. Tuttavia, la riduzione del numero di insegne operative suggerisce una maggiore competizione e una selezione naturale nel mercato.

In Europa, il settore del Franchising continua a rivelare una straordinaria **forza e sostenibilità**. Un recente rapporto della European Franchise Federation (EFF) evidenzia che questo vivace settore raggiunge **circa 450 milioni di consumatori in 27 paesi**. Con oltre 8.500 marchi di Franchising attivamente operativi in questo ampio mercato, il settore dimostra una portata considerevole e un impatto significativo nel stimolare l'attività economica e nel favorire opportunità imprenditoriali in tutto il continente.

FONTE

Questi dati provengono dal “Rapporto Assofranchising Italia 2024 – Strutture, Tendenze e Scenari” curato dal centro studi di Nomisma, dove il Franchising si conferma nuovamente un comparto capace di rendere competitivo il Paese generando risorse e occupazione. In un contesto di crescita che guarda all’ottimizzazione dei processi e al consolidamento della rete, il modello di business si dimostra solido sotto il cappello della razionalizzazione.

Nel 2023, il giro d’affari complessivo del Franchising in Italia ha raggiunto i 33,99 miliardi di euro, segnando un incremento del 9,9% rispetto all’anno precedente. Questo trend positivo è accompagnato da un aumento significativo del numero di punti vendita in Franchising che sono saliti a 65.806, con una crescita del 7,6% rispetto al 2022. Parallelamente, il numero di addetti occupati nelle reti Franchising è cresciuto del 13,8%, raggiungendo 287.767 unità.

La media del personale per punto vendita si è attestata a 4,4 dipendenti nel 2023, in leggera crescita rispetto ai 4,1 del 2022 e ai 4,0 del 2021, indicando una tendenza verso l’ampliamento della forza lavoro nei punti vendita Franchising.

Nonostante la crescita in altri ambiti, il numero di insegne operative ha mostrato un trend discendente, con una riduzione da 954 nel 2022 a 929 nel 2023. Questo decremento può essere attribuito a una maggiore concentrazione del mercato e alla scomparsa di insegne meno competitive.

L’analisi per settore merceologico rivela che la Grande Distribuzione Organizzata (GDO) continua a rappresentare la fetta più consistente del mercato del Franchising, contribuendo al 36% del giro d’affari totale. Seguono l’Abbigliamento (21%), i settori dei Servizi (17%), della Ristorazione (12%) e del Commercio Specializzato (6%). In particolare, il settore dei Servizi ha visto una crescita notevole, spinta dalla crescente domanda di soluzioni innovative e personalizzate per i consumatori.

Le previsioni per il 2024 indicano un ulteriore incremento del giro d'affari del 4,3%, con settori come il Beauty e il Benessere che si prevede cresceranno rispettivamente del 9,3% e del 10,3%. Questo indica una forte domanda per prodotti e servizi legati alla cura personale, riflettendo un cambiamento nelle preferenze dei consumatori verso uno stile di vita più sano e attento al benessere.



Grande distribuzione
12,4 MLD €



Abbigliamento
7,2 MLD €



Servizi
5,9 MLD €



Ristorazione
3,9 MLD €



Fatturato 2023
+4,3% AUMENTO FATTURATO NEL 2024 STIMATO



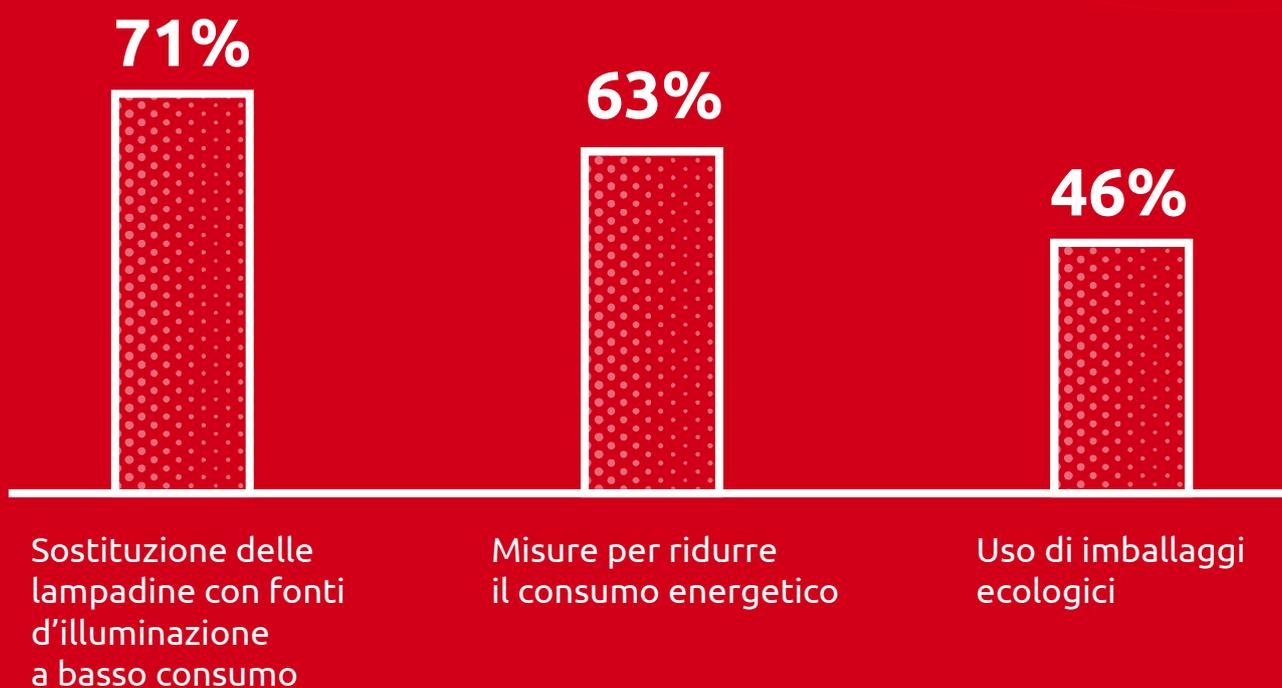
L'ascesa dell'intelligenza artificiale nel franchising

L'intelligenza artificiale (AI) è sempre più importante nel Franchising. Attualmente, il 19% delle aziende la usa regolarmente, mentre il 27% la impiega occasionalmente. Le aziende adottano l'AI per innovare e competere meglio, soprattutto in comunicazione, marketing e CRM (84%), sicurezza informatica (34%), produzione (33%) e logistica (23%). La mancanza di competenze interne è il principale ostacolo all'adozione dell'AI. Nonostante ciò, si prevede che entro il 2028, un'azienda su due utilizzerà l'AI per migliorare l'efficienza operativa e personalizzare prodotti e servizi.

Adozione crescente di pratiche sostenibili e ESG

Le aziende Franchisor italiane stanno aumentando l'impegno verso i principi ESG (impegno sociale, ambientale e buone pratiche di governance). Il 63% considera di presidiare questi temi fondamentali per comunicare il proprio impatto su ambiente, società ed economia e il 43% per aumentare la competitività. Nonostante il 76% non abbia un referente ESG, l'87% ha ridotto l'impatto ambientale e l'86% ha adottato politiche sociali. L'implementazione di politiche ESG non solo aiuta a migliorare l'immagine del marchio, ma risponde anche alla crescente domanda dei consumatori per prodotti e servizi più sostenibili e responsabili.

Tra le principali azioni implementate troviamo:



L'investimento per aprire un'attività in franchising

Le aziende Franchisor italiane stanno aumentando l'impegno verso i principi ESG (impegno sociale, ambientale e buone pratiche di governance). Il 63% considera di presidiare questi temi fondamentali per comunicare il proprio impatto su ambiente, società ed economia. Quando si considera l'opportunità di investire in un Franchising è essenziale comprendere appieno gli aspetti economici e i costi associati, nel rispetto delle normative contrattuali che regolano il rapporto tra Franchisor e Franchisee. La quota d'ingresso rappresenta il diritto di entrare a far parte della rete. Questa commissione viene pagata al momento della stipula del contratto di affiliazione.

Il Franchisee è generalmente tenuto inoltre a versare una percentuale sul fatturato. Questa royalty può essere richiesta per un periodo definito o per l'intera durata della partnership, e consente al Franchisor di continuare a fornire supporto operativo e strategico. Un ulteriore costo periodico può essere rappresentato dal contributo pubblicitario per le campagne di marketing e pubblicità svolte a livello nazionale o locale. Questo contributo permette all'affiliato di beneficiare della visibilità del brand, delle strategie promozionali e delle iniziative di marketing che aumentano la notorietà del marchio e attirano clienti. Oltre ai costi menzionati, l'affiliato potrebbe affrontare ulteriori spese per l'utilizzo di attrezzature specifiche e servizi tecnologici forniti dal Franchisor, o fidejussioni bancarie come garanzia per l'acquisto di merce o per coprire eventuali obblighi finanziari.

I punti di forza di un'attività in franchising

Investire in un Franchising presenta numerosi vantaggi per chi desidera avviare un'attività imprenditoriale, tra cui:

01.

REPUTAZIONE SOLIDA

Aprire un negozio in Franchising ed entrare a far parte di una rete di professionisti consolidata, significa espandere la presenza di un marchio già affermato e riconosciuto sul mercato. Affiliarsi a un brand noto offre la certezza di poter godere di una buona reputazione aziendale sin dall'inizio. Questo vantaggio deriva dal fatto che il brand ha già costruito la sua fiducia e il suo valore nel tempo, facilitando l'ingresso dell'affiliato in un sistema imprenditoriale collaudato e apprezzato dai consumatori.

02.

RIDUZIONE DEI COSTI

Un altro beneficio significativo è la riduzione dei costi iniziali. L'affiliazione a un Franchising riduce notevolmente le spese pubblicitarie e quelle relative all'acquisto di arredi e attrezzature. L'affiliato può usufruire delle economie di scala e delle risorse già esistenti del Franchisor, risparmiando sui costi organizzativi che spesso gravano su chi avvia un'attività da zero.

03.

GESTIONE SEMPLIFICATA

L'affiliazione comporta anche una gestione semplificata dell'attività. Gli affiliati ricevono supporto costante e possono contare su assistenza e formazione continua. Entrare in un sistema già calibrato e funzionante può fare la differenza, aiutando il business a decollare più rapidamente e con maggiore efficacia.

04.

ACCESSO FACILITATO AL CREDITO

Gli affiliati di un Franchising hanno spesso un accesso facilitato al credito. Le banche e gli istituti di credito sono generalmente più inclini a finanziare attività che fanno parte di una rete di Franchising riconosciuta e affidabile. Questo facilita l'ottenimento dei fondi necessari per l'avvio e l'espansione della nuova attività, rendendo il percorso imprenditoriale meno oneroso.

05.

RISCHIO RIDOTTO

Il Franchising offre un ambiente a basso rischio per gli imprenditori. Grazie alla riduzione dei costi e alla presenza di un modello di business già testato, gli affiliati possono conoscere in anticipo le principali difficoltà e gli ostacoli che potrebbero incontrare. Questa conoscenza permette di affrontare la nuova attività con maggiore consapevolezza e preparazione, riducendo significativamente i rischi associati all'avvio di un nuovo business.



Ecco perché il franchising attrae sempre più addetti:

+13,8% crescita di addetti occupati nel franchising nel 2023 rispetto al 2022
287.767 totale di addetti occupati nel franchising 2023

A woman with reddish-brown hair in a ponytail, wearing a black t-shirt and jeans, is sitting at a desk in a warehouse. She is looking at a laptop screen and has her hands on the keyboard. The background shows blue metal shelving units filled with cardboard boxes. A large white circle is overlaid on the image, framing the text.

**Scegliere il tuo
business format
in franchising**

**in 8 semplici
passaggi**

01. Interagire con gli attuali affiliati della Rete

Un passo cruciale nella scelta di un Franchising è parlare con chi già vive l'esperienza. Interagire con diversi Franchisee operanti in aree commerciali simili può fornire un quadro realistico delle dinamiche operative e delle sfide quotidiane. Questo confronto consente di raccogliere opinioni diverse e formulare un giudizio più informato.

Analisi del Contratto di Franchising

Prima di firmare qualsiasi contratto, è consigliabile investire in una consulenza legale. Far esaminare il contratto da un avvocato specializzato può prevenire problemi futuri, soprattutto se il Franchisor è relativamente nuovo o ha una reputazione incerta. Verificare che il Franchisor sia membro di associazioni riconosciute come Assofranchising può essere un indicatore di affidabilità.

02.

03. Elaborare un Conto Economico e Finanziario Previsionale

La redazione di un conto economico previsionale è essenziale. Questo documento deve basarsi su dati realistici forniti dal Franchisor e su stime accurate delle spese specifiche del candidato Franchisee. Un Franchisor professionale offrirà assistenza nel formulare previsioni finanziarie concrete e realistiche, facilitando una pianificazione accurata.

Studio di Mercato e Ricerca dei Locali

Sebbene il Franchisor possa fornire informazioni preziose sul mercato e sulla localizzazione, la decisione finale spetta al candidato Franchisee. Conoscere il territorio e i valori di mercato locali è fondamentale per individuare la posizione più strategica e vantaggiosa per il nuovo business.

04.

05.

Valutazione Razionale delle Opportunità

Il coraggio e l'entusiasmo sono essenziali per avviare un'attività, ma è altrettanto importante mantenere un approccio razionale. Valutare il potenziale di sviluppo e redditività di un Franchising, soprattutto se innovativo o recente, richiede un'analisi approfondita e una ponderata considerazione dei rischi.

Considerare la Notorietà con Cautela

La notorietà di un brand non è sempre una garanzia di successo. I marchi più affermati potrebbero affrontare difficoltà nell'adattarsi ai cambiamenti del mercato. Pertanto, è importante non basare la scelta unicamente sulla fama, ma considerare anche la capacità di innovazione e adattabilità del Franchisor.

06.

07.

Adattarsi alla Vita di Rete

Essere parte di una rete di Franchising significa condividere una cultura aziendale e collaborare con altri Franchisee. È essenziale valutare se si è pronti per una vita di gruppo e se ci si identifica con i valori e la filosofia del Franchisor. Una volta firmato il contratto, il rispetto delle regole e delle relazioni interne diventa cruciale.

Gestione dei Conflitti

La coesione e la cooperazione sono fondamentali per il successo di una rete di Franchising. Eventuali conflitti devono essere gestiti con diplomazia e, se necessario, risolti in modo amichevole. Se un Franchisor si dimostra poco professionale o il sistema risulta inefficace, è importante considerare l'abbandono del progetto per evitare perdite maggiori.

08.

I Soci Assofranchising sono aziende che applicano in Italia un contratto di Franchising secondo la legge 129/2004, rispettano il Codice Deontologico dell'Associazione ed hanno superato il taglio del Consiglio Direttivo.



Il settore delle spedizioni e della logistica

Il settore delle spedizioni e della logistica è in forte espansione, spinto dalla crescita all'e-commerce e alla globalizzazione.

Questa tendenza offre molte opportunità ai Franchisee con una vasta gamma di servizi e soluzioni logistiche efficienti e innovative. Si prevede che le vendite online al dettaglio in tutto il mondo cresceranno da 6 trilioni a oltre 8 trilioni di dollari entro il 2026.

FONTE



Le vendite dell'e-commerce in Europa sono state valutate a 899 miliardi di euro nel 2022, con previsioni che indicano un incremento fino a 1,4 trilioni di euro entro il 2027. La maggior parte del fatturato online è ancora generato in Europa occidentale, che rappresenta circa il 70% del totale del fatturato del commercio al dettaglio online in Europa.

FONTE



In Italia, gli acquisti online hanno raggiunto 54,2 miliardi di euro nel 2023, con un aumento del 13%.

FONTE



Nel 2022, il volume globale delle spedizioni ha superato i 161 miliardi e si prevede che raggiunga i 256 miliardi entro il 2027, con un tasso di crescita annuale del 59%. Secondo un rapporto di Allied Market Research, l'industria della logistica sostenibile, che ha generato 1,3 trilioni di dollari nel 2022, potrebbe raggiungere 2,9 trilioni di dollari entro il 2032, con un tasso di crescita annuo dell'8,3%. In effetti, secondo McKinsey, entro il 2040, il 95% degli acquisti avverrà online.

FONTE



L'e-commerce crea nuove esigenze di spedizioni e logistica, come l'ultimo miglio, magazzini virtuali e imballaggi speciali, stampa e marketing. Mail Boxes Etc. (MBE) offre soluzioni complete a queste esigenze per aziende e privati, supportando anche PMI interessate a strategie ecosostenibili. MBE fornisce servizi personalizzati di gestione e logistica, trovando soluzioni per le esigenze dinamiche del mercato.

Mail Boxes Etc.

Mail Boxes Etc. è un esempio virtuoso nel settore del Franchising, in Italia e nel mondo.

Mail Boxes Etc. (“MBE”), parte del Gruppo **Fortidia**, è una piattaforma commerciale leader che fornisce soluzioni di e-commerce, logistica, spedizione, marketing e stampa a PMI e clienti privati. **Mail Boxes Etc.** è stata introdotta in Italia nel 1993 da Graziano Fiorelli e suo figlio Paolo. Dall’apertura del primo Centro Servizi MBE a Milano nel lontano 1993, la rete ha consolidato anno dopo anno la sua presenza internazionale fino a raggiungere oggi oltre **1.800** Business Solutions Center MBE in oltre **40** paesi.

Nel 2023, MBE Italia ha celebrato il suo 30° Anniversario, celebrando anche l’apertura del 600° Business Solutions Center.

Con oltre 30 anni di esperienza, **Mail Boxes Etc. offre un modello di franchising collaudato**, arricchito da un **programma completo di formazione e supporto continuo**. Oggi MBE continua a permettere a molti Imprenditori di realizzare le proprie ambizioni come parte di un’organizzazione forte e ben consolidata in Italia e all’estero.

Un Centro MBE offre una vasta gamma di servizi di e-commerce, logistica, spedizioni e imballaggio, marketing e stampa a PMI e clienti privati. Questa diversificazione permette ai Partner MBE di attrarre una clientela ampia e variegata.

Fortidia: la nuova identità di Gruppo

Fortidia

Empowering People to Power Business

Fortidia, la nuova identità di Gruppo che ha l'obiettivo di favorire l'ulteriore consolidamento del proprio posizionamento competitivo nei settori dell'e-commerce, della logistica, delle spedizioni, del marketing e della stampa, rivolgendosi al mercato con un nuovo marchio che rispecchi ancor meglio l'essenza e le aspirazioni del Gruppo.

Fortidia fa da *umbrella brand* per tutte le aziende del gruppo – **PrestaShop, Mail Boxes Etc., PostNet, PACK & SEND, World Options, AlphaGraphics, Multicopy, Print Speak, GEL Proximity e Spedingo** – da sempre unite da una missione condivisa: moltiplicare le opportunità di business per le aziende e i consumatori, aiutandoli così a raggiungere i loro ambiziosi obiettivi.

Il Gruppo – nato in Italia nel 1993 dall'esperienza della famiglia Fiorelli nell'ambito delle spedizioni e della logistica – negli anni si è ulteriormente espanso in aree di business strategiche come l'e-commerce, le soluzioni digitali, il marketing e la stampa, emergendo come piattaforma leader nel commercio globale a supporto delle piccole e medie imprese.

Nel 2023, il Gruppo attraverso l'unione della piattaforma fisica – che include oltre 3,200 Business Solutions Center in **60 Paesi** – e quella digitale per l'e-commerce PrestaShop, ha servito più di **1.1 milioni di clienti business** generando un **fatturato aggregato di €1.4 miliardi** (US\$1.5 miliardi) e **€22 miliardi** (US\$23.8 miliardi) **di valore complessivo della merce venduta** attraverso la **piattaforma e-commerce**.



La multi affiliazione: storie di eccellenza imprenditoriale

Con l'evoluzione continua del panorama del Franchising, il Multi-Unit Franchising offre sia ai Franchisor che ai Franchisee una strategia efficace per la crescita e per la redditività. Questo modello di business consente ai Franchisee di gestire più sedi di Franchising offrendo così l'opportunità di espandere il raggio d'azione, sfruttare le economie di scala e ottimizzare il ritorno sugli investimenti.

Mail Boxes Etc. è un esempio eccellente di come il modello della Multi Affiliazione possa essere implementato con efficacia, vantando numerosi Multi-Unit Franchisee, ovvero titolari di due e anche più Centri Servizi. Il percorso spesso inizia con l'apertura di un primo Centro MBE. Dopo aver sperimentato i benefici del modello di business, molti imprenditori e imprenditrici collaborano con il Team Corporate per pianificare l'apertura di ulteriori punti vendita, sia nella stessa area geografica che in località diverse, sia nazionali che estere.

Beatrice Corradini: un viaggio di sfide e successi nel Franchising

Beatrice Corradini rappresenta un esempio di successo nel franchising multi-unit, fungendo da **faro per tutte le donne e un grande modello anche per gli uomini che desiderano intraprendere un percorso imprenditoriale**. Secondo i dati del Rapporto Franchising 2023, sebbene i franchisee continuino a essere prevalentemente uomini (61%), la presenza femminile è significativa, con una percentuale del 39%.

L'esempio di Beatrice, insieme a quello di tante altre donne che guidano e gestiscono con successo numerosi Centri MBE, rappresenta un potente stimolo per incrementare l'occupazione femminile e dimostra che le donne possono essere protagoniste nel mondo del franchising, apportando innovazione e valore a ogni impresa. La loro leadership contribuisce non solo al successo individuale, ma anche alla crescita e diversificazione del settore imprenditoriale.

FONTE

Nel 2003, dopo aver lasciato il suo lavoro per seguire il sogno di diventare imprenditrice, ha aperto il suo primo Centro MBE a Mantova. Grazie alla sua visione imprenditoriale e a una squadra forte e coesa che ha costruito nel tempo, ha raggiunto risultati straordinari:

- **7 Centri MBE diretti e operativi nelle seguenti località:**
Mantova, Suzzara (MN), Verona, San Giovanni Lupatoto, Peschiera del Garda, San Floriano in Valpolicella (tutti in provincia di VR) e Trento.
- **3 Centri MBE aperti in società con altri imprenditori MBE**
Rovereto, Arco e Mezzolombardo
- **4 Magazzini Centri Specializzati in Logistica**
Trento, Rovereto, San Giorgio (MN), San Giovanni Lupatoto (VR)
- **1 Centro Stampa ed ufficio grafico a Mantova.**

Uno dei suoi Centri MBE è diventato uno dei più importanti per fatturato in Europa e nel mondo.

“Nel 2003 ho lasciato l’azienda per cui lavoravo per realizzare il mio sogno di mettermi in proprio. Ho rilevato un Centro MBE e, grazie ad un grande impegno e ad un’attenzione costante verso le persone, il mio team e i clienti, sono riuscita a trasformarlo in uno dei Centri MBE più importanti per fatturato in Europa e nel mondo. Questo successo è frutto di uno stile di lavoro improntato sul valore umano, dove ogni individuo è fondamentale per il nostro percorso.”

La Famiglia Tagnin: una storia di visione e crescita imprenditoriale

La famiglia Tagnin ha giocato un ruolo pionieristico nel panorama del Franchising italiano, essendo stata tra i primi a credere nel progetto Mail Boxes Etc. quando il marchio era ancora poco conosciuto nel nostro Paese. Ha ricevuto il premio bronzo nella categoria Franchisee dell'anno agli EFF Awards 2024.

Dal 1993, anno della loro prima apertura, hanno non solo scelto con coraggio e lungimiranza il brand MBE, ma hanno anche dimostrato straordinarie capacità imprenditoriali. Grazie alla loro dedizione, competenza e professionalità, il gruppo Tagnin è oggi arrivato ad aprire 8 Business Solutions Center, nelle seguenti città: Rosà (Vicenza), Rubano (Padova), Belluno, Mirano (Venezia), San Giorgio Delle Pertiche (Padova), Marostica (Venezia) e 2 centri MBE a Venezia.

Le loro sedi coprono quasi tutte le province della regione Veneto, testimoniando uno sviluppo imprenditoriale significativo che ha conquistato il mercato locale. Tra i loro successi, spiccano le aperture di due Centri MBE a Venezia.

La Multi Affiliazione con MBE consente di espandere ulteriormente il proprio business sfruttando un modello già collaudato. Questo approccio riduce i rischi e aumenta le possibilità di successo grazie alla scalabilità. Mail Boxes Etc. supporta i suoi Franchisee, facilitando il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo e garantendo assistenza e formazione continua.



EFF AWARDS 2024

Franchisee di Mail Boxes Etc.
Sul podio con un bronzo nella categoria
"Franchisee of the Year"

I vantaggi di aprire un Centro MBE:

il supporto che fa la differenza

Se deciderai di diventare Partner del Network MBE, riceverai un supporto costante attraverso corsi di formazione e l'accesso a una rete internazionale di professionisti pronti ad assisterti in ogni fase del tuo percorso imprenditoriale.

Fin dall'inizio, avrai un team dedicato che ti guiderà attraverso corsi di aggiornamento, incontri con altri imprenditori, e laboratori focalizzati sullo sviluppo del business e sulle nuove tecnologie. Il supporto continuo di MBE ti permetterà di migliorare costantemente la tua offerta e di rispondere efficacemente alle esigenze crescenti del mercato.

Ogni Business Solutions Center MBE ha l'obiettivo di migliorare e semplificare le operazioni di piccole e medie imprese, oltre a soddisfare le necessità dei clienti privati.

All'interno del Network MBE farai proprio questo: sarai in grado di offrire soluzioni di spedizione e imballaggio, logistica, e-commerce, marketing e stampa, distinguendoti nel mercato con un'offerta unica e personalizzata. Ogni cliente ha esigenze diverse, e tu sarai preparato a trasformare queste necessità in risultati concreti e soddisfacenti.

Se hai l'ambizione di realizzare il tuo sogno imprenditoriale, MBE è qui per aiutarti a raggiungere questo obiettivo. Diventare un partner MBE in Franchising significa ricevere un supporto concreto grazie a:

● **Un Modello di Business Consolidato**

Entrare a far parte del network MBE significa adottare un modello di business solido e comprovato, e sviluppare la mentalità #PeoplePossible. Questo approccio permette agli affiliati di offrire a PMI soluzioni innovative, sia fisiche che digitali, grazie a un modello stabile, affidabile e di lungo periodo.

● **Know-how e Formazione Continuativa**

MBE mette a disposizione dei propri affiliati un'esperienza decennale nella formazione e nello sviluppo delle competenze necessarie. Attraverso strumenti di formazione avanzati, sia in aula che online, e con il supporto costante di esperti, gli affiliati possono acquisire le conoscenze indispensabili per diventare imprenditori esperti competenti. Questo include sessioni di training pratico sul territorio presso i centri MBE certificati e il supporto continuo del network.

● **Selezione del Territorio**

Lavorerai a stretto contatto con MBE per individuare la posizione sul territorio più strategica dove avviare il tuo Centro Servizi MBE. Questa collaborazione consente di sfruttare al meglio le tue conoscenze locali e l'esperienza MBE.

● **Interior Design and Brand Identity**

MBE ha assistito centinaia di imprenditori nell'apertura dei loro Centri Servizi MBE. Sarai supportato in tutte le fasi di avvio e lancio della tua attività, affinché ogni dettaglio rispetti gli standard del brand e crei un ambiente accogliente e funzionale per i clienti.

● **Supporto Finanziario**

Grazie ad accordi con banche e istituti di credito, MBE supporta i candidati nella richiesta di finanziamenti con condizioni favorevoli, facilitando l'avvio e la gestione dell'attività con una solida base economica fin dall'inizio.

● **Analisi del Business**

MBE raccoglie, analizza e condivide dati di mercato e di rete per aiutare i suoi affiliati a sviluppare strategie di business efficaci. Questo supporto include l'analisi delle tendenze del mercato, l'identificazione delle opportunità di crescita e il miglioramento delle performance aziendali.

● **Supporto allo sviluppo del Business**

MBE offre strumenti, tecniche e strategie collaudate per migliorare le relazioni con i clienti, ottimizzare le operazioni e incrementare le vendite, supportando gli imprenditori nello sviluppo di un business sano a lungo termine.

● **Accordi Quadro**

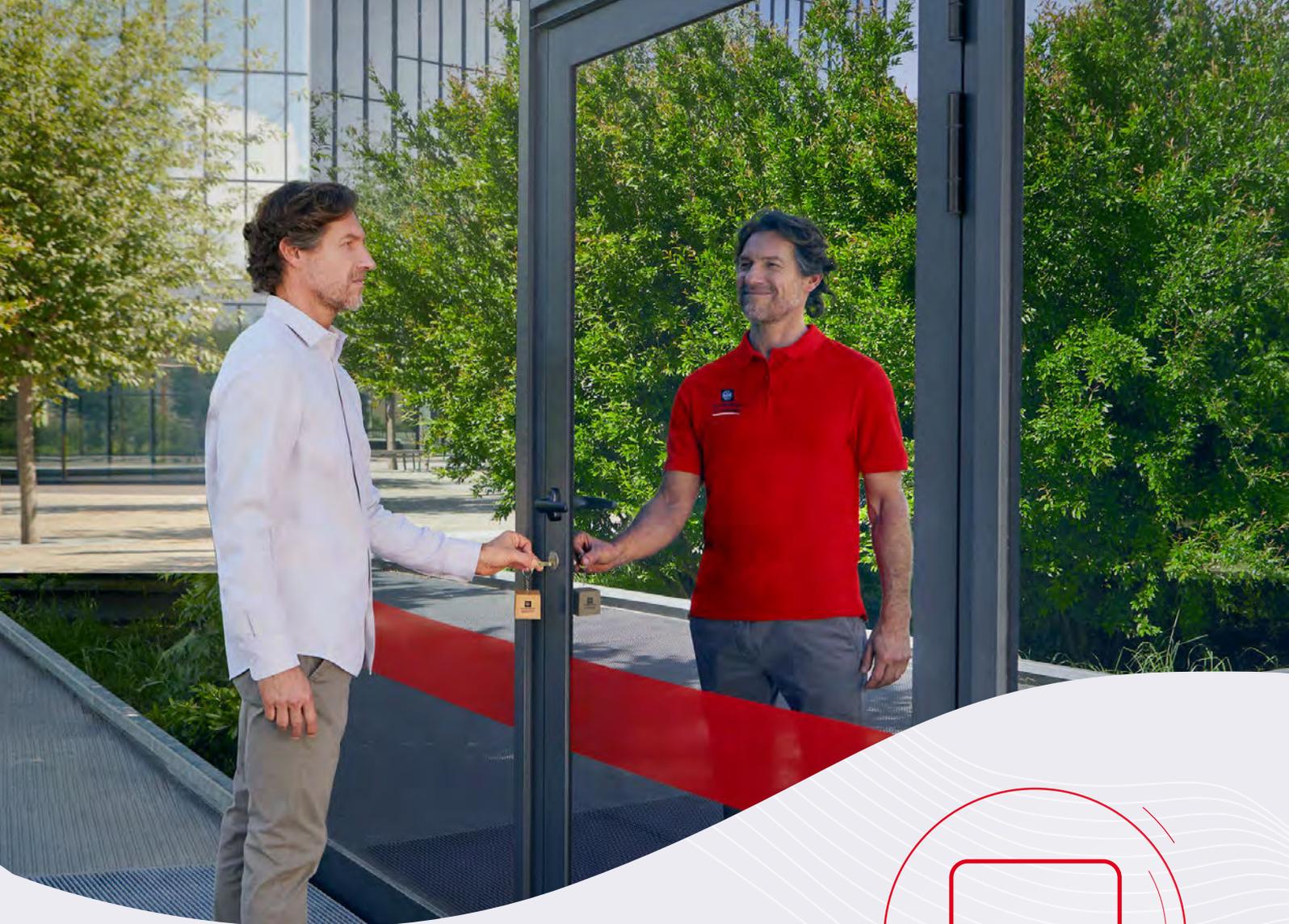
MBE negozia accordi quadro nazionali con aziende e partner leader nei rispettivi settori, che permettono di ottenere condizioni vantaggiose e di sfruttare sinergie di cui beneficia l'intera rete. Il potere d'acquisto consolidato garantisce agli imprenditori MBE l'accesso a prodotti e servizi di alta qualità a costi competitivi.

● **Marketing Omnichannel**

Attraverso programmi di marketing omnichannel, campagne nazionali e iniziative di lead generation, gli imprenditori MBE possono sviluppare e ampliare la loro base di clientela. Fin dal primo giorno, tutti gli affiliati beneficiano della forza di un marchio riconosciuto a livello mondiale, che facilita l'attrazione e la fidelizzazione dei clienti.



Il 21 settembre 2023, MBE Worldwide è stata insignita del premio "International Brand of the Year Award" categoria Bronzo - agli European Franchise Awards 2023, iniziativa dell'European Franchise Federation - EFF



Apri la tua nuova attività
scegliendo un'azienda di
comprovata esperienza

Contattaci 

I vantaggi:

Riduzione del Rischio d'Impresa

Il nostro Partner beneficia del marchio MBE già conosciuto e di un modello di business collaudato che gli permette di attrarre clienti più facilmente e riduce il rischio di fallimento.

Accesso a Formazione e Assistenza

MBE offre un supporto continuo ai propri affiliati, con corsi di aggiornamento e formazione, assistenza nella gestione manageriale e amministrativa, e un sistema di business collaudato.

Maggior Potere Contrattuale con i Fornitori

Grazie alle economie di scala, gli imprenditori MBE possono beneficiare di condizioni di acquisto migliori e di un supporto promozionale e pubblicitario fornito dalla casa madre.

Clientela Fidelizzata dal Marchio

Il marchio MBE è sinonimo di qualità e affidabilità e permette agli affiliati di attrarre una clientela già fidelizzata e di consolidare la propria posizione sul mercato.

Mercato in Crescita

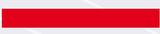
La domanda di servizi di spedizione e logistica è in aumento, grazie alla crescita dell'e-commerce e alla necessità di soluzioni efficienti e personalizzate.

Ampia Gamma di Servizi

I centri MBE offrono una vasta gamma di servizi, tra cui spedizioni nazionali e internazionali, servizi di imballaggio, soluzioni di logistica e magazzinaggio, domiciliazione aziendale, servizi di stampa e soluzioni di marketing.

Soddisfazione Lavorativa

I proprietari di servizi di spedizione e logistica spesso affermano di trovare la loro attività gratificante e appagante, grazie alla varietà dei servizi offerti e al contatto diretto con la clientela.



Unendoti al Network MBE, non solo entri a far parte di un'azienda con oltre 30 anni di esperienza nel Franchising nel settore della logistica e delle spedizioni, ma entri a far parte di una grande famiglia composta da imprenditori competenti, appassionati e determinati, uniti da un obiettivo comune:

facilitare in tutto il mondo l'attività di imprenditori e consumatori, attraverso il nostro network di distribuzione di servizi e prodotti, offrendo alla clientela soluzioni personalizzate e di facile accesso, contraddistinte da un livello di servizio unico.



GLOSSARIO

Affiliante (Franchisor)

L'imprenditore (l'azienda) che cede a terzi il proprio know-how unitamente al marchio e ad altri elementi distintivi che ne identificano la rete.

Affiliato (Franchisee)

L'imprenditore che aderisce a un sistema di Franchising impegnandosi a gestire il proprio punto vendita secondo precise clausole contenute nel contratto di Franchising.

Affiliazione (Franchising)

L'affiliazione commerciale ("Franchising") è il contratto che viene stipulato tra Franchisor e Franchisee. In base a questo contratto il Franchisor mette a disposizione del Franchisee il know-how in un determinato settore (industriale, commerciale, di servizi), i diritti di proprietà industriale o intellettuale relativi a marchi, insegne, know-how, brevetti, fornendo inoltre assistenza e formazione.

Bacino d'utenza

Il bacino d'utenza è rappresentato dal numero di persone (espresso in migliaia), potenziali utenti del punto vendita in Franchising, in base al quale si può ipotizzare la rendita economica dell'investimento dell'Affiliato.

Benchmark

Indice di mercato riferito ad un determinato campione che consente all'investitore di comparare le performance del proprio investimento con l'andamento del mercato. Il benchmarking è un processo di misurazioni di prodotti/servizi attraverso il confronto con concorrenti e permette la definizione del posizionamento dell'azienda (punti di forza e debolezza).

Break-even point

Il break-even point, o punto di pareggio, è un valore che indica la quantità, espressa in volumi di produzione o fatturato, di prodotto venduto necessaria per coprire i costi totali (somma dei costi fissi e variabili) precedentemente sostenuti. Il break-even indica quindi il punto nel quale si genera una situazione di equilibrio economico, nel quale l'impresa non realizza né utili né perdite.

Brevetto

Il brevetto è un titolo giuridico in forza al quale al titolare viene conferito un diritto esclusivo di sfruttamento dell'invenzione in un territorio e per un periodo ben determinato, e consente di impedire ad altri di produrre, vendere o utilizzare la propria invenzione senza autorizzazione.

Business plan

Il business plan è il documento che comprende il piano di sviluppo di un'attività d'impresa: contiene il modello di business, l'insieme delle soluzioni organizzative e strategiche dell'impresa, l'individuazione degli obiettivi, la pianificazione degli investimenti e la verifica della fattibilità. Viene utilizzato sia per la gestione aziendale che verso potenziali investitori.

Canoni periodici (royalties)

Pagamento di un compenso corrisposto periodicamente dal Franchisee al Franchisor per remunerarlo di tutti i servizi resi (formazione, assistenza, diritti al marchio) per la durata del contratto.

Centrale d'acquisto

Nel caso di Franchising di prodotto, il Franchisor può svolgere il ruolo di Centrale di Acquisto. In questo caso i Franchisee riescono ad assicurarsi forniture di beni e servizi a un prezzo più vantaggioso rispetto a quello che avrebbero ottenuto rivolgendosi singolarmente ai fornitori.

Centro pilota o Unità pilota

È un punto vendita di sperimentazione che serve a testare il format prima di attuare il programma di Franchising e di costituire una rete di Franchisee. In alcuni Paesi, tra cui l'Italia è obbligatorio per legge.

Codice deontologico

Il codice deontologico è la normativa di riferimento inerente a particolari categorie professionali di aziende o persone. I Franchisor associati ad Assofranchising devono attenersi alle norme contenute nel Codice Deontologico dell'Assofranchising (Associazione Italiana del Franchising).

Comodato d'uso gratuito

Contratto con cui si concede l'uso gratuito di un bene per un periodo determinato. Nel Franchising prevede la consegna da parte del Franchisor ai suoi Franchisee dell'insegna e degli altri eventuali segni distintivi.

Commissione-Affiliazione

È il contratto per cui un'azienda (Committente-Affiliante) fornisce delle merci in conto vendita ad un commerciante indipendente (Commissionario-Affiliato) che deve rispettare l'immagine di marca della rete di vendita e viene remunerato con una commissione riconosciuta dal fornitore in conseguenza della vendita dello stock.

Il contratto di Commissione-Affiliazione, che richiama i tre elementi tipici del Franchising (marchio, know-how e assistenza), si differenzia da questo in quanto il Commissionario non deve sopportare i costi di stock, che rimane di proprietà del committente; questo tipo di contratto è essenzialmente utilizzato per la distribuzione di prodotti, soprattutto nel settore dell'abbigliamento.

Concessione esclusiva di vendita

È un contratto di distribuzione tra due imprenditori che prevede che il Concedente venda i propri prodotti in esclusiva e in una determinata area al Concessionario che s'impegna a promuoverne la commercializzazione. Tale figura contrattuale, a differenza del Franchising, non prevede un trasferimento di know-how e non consente al Concessionario di coordinare e di indirizzare in modo unitario l'attività del Concedente, che, anche se tenuto ad approvvigionarsi esclusivamente presso il suo Concedente, non ha l'obbligo di esporre l'insegna o pagare delle royalties e, acquistata la merce, è libero di organizzare liberamente i rapporti con la clientela.

Contratto di affiliazione (Franchising)

È l'accordo tra Franchisor e Franchisee, normalmente redatto dal Franchisor, che fissa diritti e obbligazioni delle due parti definendo tutte le caratteristiche formali del Franchising in questione, tenendo conto della legislazione vigente in materia.

Corner Franchising

Per corner Franchising si intende una zona di un locale commerciale di un marchio in Franchising adibita a spazio di esposizione e distribuzione di prodotti o servizi del Franchisor offrendo la possibilità di dar vita ad un negozio nel negozio con uno spazio riservato ai prodotti/servizi del Franchisor. L'attività è particolarmente diffusa nelle grandi superfici distributive.

Diritto di entrata (fee)

È un corrispettivo economico che può essere richiesto dal Franchisor al Franchisee alla firma del contratto (a fondo perduto o a titolo di cauzione) a fronte di diverse motivazioni: trasmissione del know-how, licenza d'uso del marchio e eventuali brevetti depositati dall'affiliante, assistenza tecnica, gestionale commerciale in fase di lancio del punto di vendita, formazione, uso del Manuale Operativo, diritto di esclusiva se previsto.

Esclusività territoriale

È la clausola di un contratto di Franchising in base alla quale il Franchisor garantisce al Franchisee che una determinata area territoriale non sarà interessata dall'apertura di un altro punto vendita con la stessa insegna, che sia Franchisee o punto vendita diretto.

Franchising di distribuzione

È un sistema nel quale il Franchisor trasmette al Franchisee tecniche e metodi commerciali sperimentati che costituiscono il suo know-how. Il Franchisee verserà un corrispettivo (diritto di entrata e/o royalties) per l'uso del marchio, dei servizi resi o dei beni forniti dal Franchisor.

Franchising di servizi

È un sistema nel quale il Franchisee non vende prodotti ma offre prestazioni di servizi sperimentati dal Franchisor, che mette a disposizione del Franchisee, oltre all'insegna, le sue conoscenze tecniche.

Franchising industriale

È un sistema in cui Franchisor e Franchisee, sono due imprese industriali tra le quali si stabilisce un rapporto che prevede il trasferimento di competenze tecnologiche, di brevetti di fabbricazione e di marchio, di metodi organizzativi gestionali e di tecniche di vendita. Il Franchisor è il proprietario delle tecnologie di fabbricazione di un prodotto identificato da un marchio e concede al Franchisee la licenza dei brevetti di fabbricazione e del marchio, gli trasmette la sua tecnologia, gli fornisce un'assistenza tecnica. Il Franchisee fabbrica nel proprio stabilimento e commercializza in una determinata area geografica le merci prodotte applicando il know-how e le tecniche di vendita del Franchisor.

Immagine di marca

È un insieme di connotazioni: l'insegna, il marchio, la trasposizione grafica del logo, l'arredamento del negozio, la presentazione dei prodotti o dei servizi offerti, ed ogni altro segno distintivo, che crea una percezione del brand che rende l'immagine di marca del Franchisee immediatamente riconoscibile.

Insegna

L'insegna permette al Franchisee di far riconoscere al pubblico inequivocabilmente l'appartenenza a una specifica rete di Franchising.

Know How

È l'insieme "di conoscenze pratiche non brevettate derivanti da esperienze e da prove eseguite dall'affiliante, patrimonio che è segreto, sostanziale e individuato" (Legge n. 129/2004). È quindi l'insieme delle conoscenze e competenze tecniche e commerciali, identificate da un marchio e sperimentate dal Franchisor, relative alla produzione, commercializzazione e distribuzione di prodotti o servizi che il Franchisor trasmette ai propri Franchisee.

Layout del punto vendita

È l'immagine del punto vendita che si declina nei vari elementi strutturali quali: l'insegna, le vetrine, il design in termini di pavimentazione, sistemi di illuminazione, arredamento, l'organizzazione degli spazi espositivi, l'allocatione dei prodotti, cartellonistica e cartellistica. Il layout è stabilito dal Franchisor e proposto per i vari punti Affiliati affinché abbiano una riconoscibilità univoca ed immediata.

Location

L'ubicazione di un punto di vendita.

Manuale operativo

Il manuale operativo è un documento che raccoglie tutte le informazioni e quindi anche il know-how del Franchisor relativo alla gestione dell'attività e alle procedure per la produzione di prodotti e servizi. Viene dato dal Franchisor al Franchisee affinché questi abbia uno strumento di riferimento comprendente tutta l'esperienza maturata dal Franchisor, che gli fornisca le istruzioni per aprire e gestire l'unità in Franchising ed operare al meglio secondo gli standard previsti.

Marchio

Un marchio è la rappresentazione visiva di un'azienda, che ha come scopo identificare e caratterizzare i prodotti o i servizi dell'azienda differenziandoli da quelli di altre imprese. Può essere un nome, un simbolo, un disegno, suscettibile di essere rappresentato graficamente.

Marketing

Il marketing è quel processo che determina quali prodotti e servizi sono orientati verso la soddisfazione dei bisogni e dei desideri degli individui e delle organizzazioni e quindi quali strategie di vendita, di commercializzazione e di comunicazione devono essere definite verso il cliente finale.

Marketing mix

Il marketing mix riassume l'insieme coordinato di tutti quegli elementi del marketing scelti da un'impresa e, più precisamente, la scelta dei prodotti da vendere, il prezzo di vendita, la distribuzione e la promozione.

Mark up

È il margine di profitto che, nel caso del Franchising, il Franchisee deve aggiungere ai costi totali di produzione per determinare il prezzo di vendita del prodotto o servizio.

Merchandising

Il merchandising è l'insieme di tecniche e di azioni utilizzate sul punto vendita aventi lo scopo di richiamare l'attenzione del potenziale acquirente e promuovere la vendita di prodotti. Possono essere: il layout del punto vendita, il suo assetto complessivo e le modalità di circolazione, la logica di raggruppamento dei prodotti e relativi display e ottimizzazione dello spazio di visibilità dei prodotti, la pubblicità, la promozione e le informazioni al consumatore.

Master Franchising

Il Master Franchising è un accordo tra un Franchisor (Master Franchisor) e un'altra impresa (il Master Franchisee), in base al quale il Franchisor, concede i diritti esclusivi di Franchising per un determinato territorio allo scopo di stipulare accordi di Franchising con terzi. Il Master Franchisee in pratica agisce nel ruolo di Franchisor per una determinata area geografica e quindi è suo compito trasferire il know-how e prestare assistenza alla rete di sua competenza. Questo tipo di collaborazione è utilizzata dai sistemi di Franchising per un'espansione più veloce sul mercato nazionale ma soprattutto nell'espansione di mercati esteri.

R.O.I. (ritorno sugli investimenti)

Il R.O.I. è il rapporto tra i costi dell'investimento e i guadagni al netto, ottenuti grazie all'investimento stesso. Indica la redditività del capitale investito dal Franchisee nell'attività commerciale.

Sell in

Metodi, tecniche, attività messe in atto dal Franchisor per fornire prodotti ai Franchisee.

Sell out

Attività indirizzate alla vendita dei prodotti o servizi dal Franchisee al cliente finale.

Target

Segmento/pubblico di riferimento, potenziale acquirente di un prodotto/servizio che un marchio vuol raggiungere con una determinata strategia di vendita e comunicazione.

Zona di competenza

È il territorio che il Franchisor concede per contratto al Franchisee per la sua attività commerciale.



Il Franchising rappresenta una delle soluzioni più efficaci per avviare un'attività commerciale redditizia, riducendo i rischi e beneficiando del supporto di un marchio affermato.

Nel settore delle **spedizioni** e della **logistica**, del **marketing** e **stampa** e dell'**e-commerce**, MBE offre opportunità uniche per imprenditori determinati a entrare e **fare la differenza in un mercato in forte crescita e in continua evoluzione.**

Nel 2023 abbiamo aperto il 600° Business Solutions Center in Italia. Entra anche tu nel mondo MBE e scopri le opportunità del settore e il valore di appartenere a **una rete globale in costante espansione di imprenditori professionisti.**

Scopri di più su
 www.mbe-franchising.it



MAIL BOXES ETC.®
#PeoplePossible





MAIL BOXES ETC.®

#PeoplePossible

Diamo forma al tuo business

© 2024 Mail Boxes Etc. | I Centri MBE sono gestiti da Affiliati imprenditori indipendenti che operano sotto il marchio MBE per effetto di un contratto di franchising. Non tutti i servizi e i prodotti offerti da Mail Boxes Etc. sono disponibili presso ciascun Punto Vendita MBE.