



Il franchising che sarà

Salone Franchising
Milano ai blocchi
di partenza: 4 giorni e
200 opportunità
di business
per costruire
impresa e futuro

Si inaugura tra pochi giorni la 28ª edizione della storica manifestazione dedicata al franchising, all'innovazione nel retail, alle nuove idee per la distribuzione. Il Salone Franchising Milano (Fieramilanocity, 8-11 novembre), organizzata da Rds con Fiera Milano e con il sostegno di Bnl Gruppo Bnp Paribas come Main Sponsor 2013, è la principale fiera al servizio di un settore di mercato che continua a tenere, a dispetto della situazione economica generale. Confermato l'interesse da parte delle aziende, da quelle storiche e affermate alle debuttanti, da Loacker a Universo Vegano, da L'Occitane en Provence a La Sideria Trentina, da LaClinique a The King of Salads, da Espressamente Illy a Stirato e Cucito... Un gruppo di aziende che offre ai visitatori circa 200 proposte di business, impresa, auto impiego per proporre opportunità concrete a chi vuole investire



Scopri il nuovo franchising.

ISTRUZIONI PER L'USO

DATA Dal 8 al 11 novembre 2013

ORARIO Dalle 9.30 alle 18.30

DOVE Fieramilanocity, viale Scarampo, Porta Teodorico 6

INGRESSO	Intero	1 giorno, 25 euro	2 giorni, 35 euro
	Ridotto (14-17 anni)	1 giorno, 12 euro	
	Con prevendita online	1 giorno, 12 euro	2 giorni, 15 euro
	Con preregistrazione online	1 giorno, 20 euro	2 giorni, 28 euro

ARRIVARE Sul sito www.salonefranchisingmilano.com sono disponibili le informazioni

e a chi cerca la propria strada nel settore.

Accanto alle aziende espositrici, che sono il cuore del Salone, associazioni, istituzioni, professionisti, l'intero comparto del franchising italiano riunito per quattro giorni. Oltre a Fiera Milano e a Bnl Gruppo Bnp Paribas, sono a fianco del Salone Franchising molti partner, in primis le tre associazioni di categoria del settore: Assofranchising, Confimprese, Federazione italiana franchising. Inoltre, aggiornati a ottobre, Assotemporary, Assintel, Cfmt, Evernote, lolavoro, Ubifrance.

Novità di quest'anno i percorsi a tema, 10 colori per 10 tematizzazioni che vanno dall'alimentare all'abbigliamento, dai servizi alla persona alla casa alla distribuzione... Ogni azienda presente è contrassegnata online sul sito del Sfm, in pianta, accanto al numero dello stand da un'icona che rappresenta il percorso/settore e da un colore che contraddistingue il tema.

Seconda edizione per la Franchising Factory, dopo il successo del 2012. La FFactory è un laboratorio per gli

aspiranti imprenditori, un servizio di consulenza gratuito per i visitatori attivo nei giorni del salone con una serie di desk dove vari professionisti sono a disposizione sia di chi ha una idea e vuole diventare franchisor sia di chi vuole diventare franchisee.

Punta sull'innovazione come chiave di sviluppo l'Innovation Retail Lab, l'area dedicata all'innovazione e alle nuove tecnologie, realizzata con **Disignum**. L'area in fiera ospita aziende come Econocom, Ingenico, Gutta-
dauro, H&S Custom, Kgroup.

Fitto l'appuntamento degli incontri e seminari nei quattro giorni del Sfm. L'apertura di venerdì mattina è dedicata ai Distretti urbani commerciali ed è organizzata con Fiera Milano e con la collaborazione della Federazione italiana franchising. Gli appuntamenti proseguono con temi quali Social franchising, le Startup del franchising, franchising al femminile, franchising e temporary, le nuove tecnologie per il mondo del franchising.

Completamente ridisegnato nel 2011, riposizionato nel 2012 su un target business (con +2% di visitatori), il Sfm2013 punta definitivamente al vero obiettivo finale: la trasformazione da fiera classica a piattaforma di servizio a disposizione della filiera del franchising e del retail italiani con la missione di diffondere la cultura del commercio e dell'impresa.