

ADVISOR

NEWSMAGAZINE DELLA CONSULENZA FINANZIARIA

www.advisoronline.it

FORMULA BROKER

I consulenti vincono
con i prodotti di terzi

agenti immobiliari

LE NUOVE AGGREGAZIONI

PASSANO DALLE PIATTAFORME

agenti assicurativi

IL PLURIMANDATO

MUOVE I PRIMI PASSI

fondi comuni

RIVOLUZIONE FISCALE

DALLA A ALLA Z

promotori

ANASF, FACCIA A FACCIA

TRA I 5 CAPILISTA

dossier prodotti

CERTIFICATI, ORMAI UN MUST

PER IL PORTAFOGLIO



Un nuovo modello di aggregazione

di Antonio Rizzo



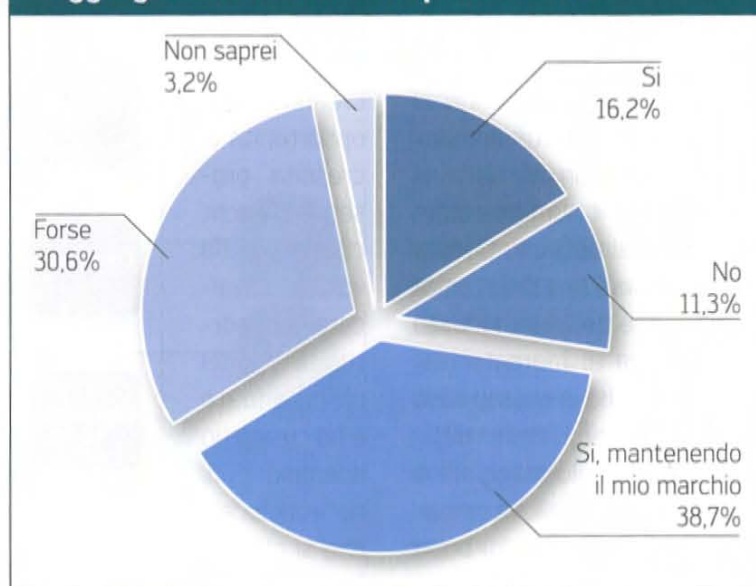
Nel settore immobiliare la formula franchising sta perdendo appeal. Cresce il ruolo del brand, anche se poco noto

Aggregazione sì, *franchising* non più. Sembra essere questa l'idea che si sta facendo strada nel mondo dei network immobiliari. Secondo l'ultimo sondaggio realizzato da **ImmoFranchising** intitolato "Aggregazioni Immobiliari: quale futuro?", la formula *franchising* non sarebbe più di tanto appeal per il mondo degli intermediari immobiliari. Gli operatori infatti sarebbero alla ricerca di nuove forme di aggregazione alternative, anche attraverso strumenti e piattaforme tecnologiche, purché a costi assenti o molto contenuti e che lascino spazio all'autonomia di gestione. Infatti alla domanda se potessero essere interessati a valutare un'aggregazione basata su una piattaforma tecnologica che lasciasse libertà di decidere e modalità di condivisione e retribuzione della collaborazione il 38,7% dei partecipanti al sondaggio ha risposto affermativamente, purché possa mantenere il proprio marchio, e il 16,2% ha risposto affermativamente senza alcuna condizione. Ma il dato che potrebbe far aprire delle discussioni sulla validità o meno delle attuali forme di *franchising* è quello che riporta che il 40,3% dei rispondenti al sondaggio non considera il *franchising* come elemento aggregativo. Insomma sembra essere finito quel

mondo fatto di zone in esclusiva, *royalties* elevate. Gli operatori sarebbero alla ricerca di nuove formule più light e flessibili. Non si deve con questo pensare che gli operatori vogliano essere autonomi e liberi. La fiducia nell'aggregazione resta forte, tanto che il 91,9% considera questo fattore un valore. Forse è venuta a cadere la fiducia verso i modelli attuali. E non è una questione di brand. Infatti il 51,6% dei partecipanti non cambierebbe il marchio a favore di uno più noto. "L'aggregazione è un valore riconosciuto, da ricercarsi in una formula che rispetti l'identità del singolo, non spersonalizzandolo" afferma **Gerardo Paterna** (nella foto), ideatore di **ImmoFranchising**. "Il *franchising* tradi-

zionale viene messo in discussione, sebbene vi sia una certa apertura nel mantenimento del format con alcune sostanziali modifiche sui costi di gestione e vincoli contrattuali" continua **Paterna**. Anche se può sembrare strano l'alfabetizzazione informatica è una delle prossime sfide per la categoria, che inizia a conoscere il sistema MLS (Multiple Listing Service) ma non è così confident con il sistema. La preferenza è rivolta verso portali immobiliari come Casa.it o Immobiliare.it, i quali potrebbero diventare dei veri sistemi di aggregazione. Rumors di mercato affermano che Casa.it ci stia lavorando. Se lo realizzasse i modelli attuali di *franchising* dovrebbero correre ai ripari.

"Aggregazioni Immobiliari: quale futuro?"



Fonte: ImmoFranchising.net