

Sono 7.160 le agenzie che appartengono a un network

Quale futuro per il franchising

Dal 2000 a oggi il peso del sistema sul mercato del real estate si è ridotto. Dalle 70 insegne si è passati alle attuali 30. Dominano i grandi gruppi.

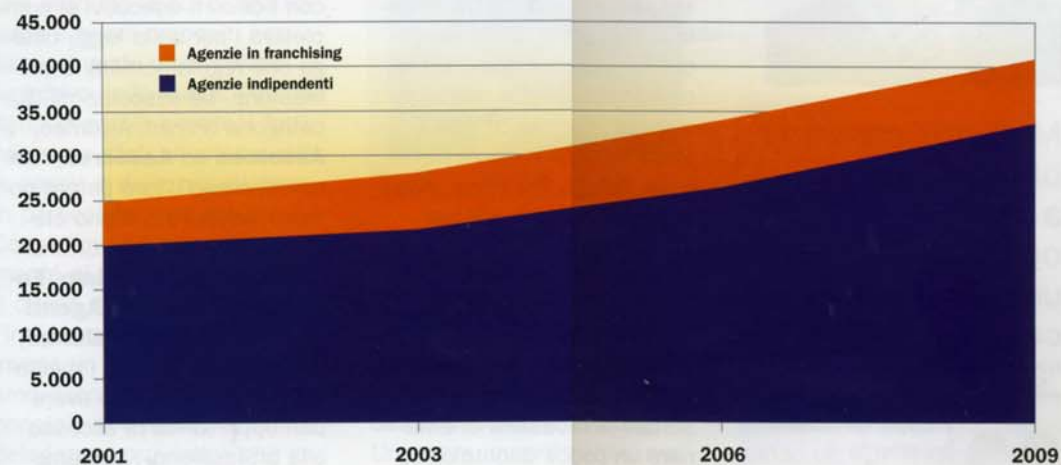
di Marcella Persola

Rispetto a quanto si possa immaginare, il franchising sembra aver perso appeal nell'ultimo periodo. L'attività di intermediazione immobiliare invece no. Infatti, secondo una recente ricerca condotta da **Immobiliare Franchising** (*Immofranchising.net*), società immobiliare attiva sia nell'intermediazione, sia nello studio e della ricerca del mercato del real estate, il numero di agen-

zie immobiliari indipendenti operative in Italia è pari a 33.721 unità contro le 7.160 in franchising. Per un totale di 40.881 unità, in crescita del 12,02% rispetto al 2006. In particolare la percentuale del franchising sul totale delle agenzie incide per il 17,51%, un dato in controtendenza rispetto al 2006 quando l'incidenza era pari al 22,41%. Di fatto si può affermare che la quota franchising sul totale è di circa il

15,54%, un dato simile a quello del 2000. Si può affermare senza timore che si è assistito a una riduzione del sistema franchising. Un dato che si può constatare anche da un altro fattore. Nel 1998, infatti, le insegne erano circa 70, nel 2005 esse erano scese a 40, e oggi sono circa 30, 14 delle quali sono "mercato di riferimento", ossia grandi gruppi. Come spiegare questo fenomeno? «Appare evidente che negli ultimi due anni abbiamo assistito a fenomeni di consolidamento delle iniziative legate al comparto del franchising immobiliare» racconta **Gerardo Paterna**, responsabile di *Immofranchising.net*. Accorpamenti come quello effettuato dal **Gruppo Tree**, non solo sull'immobiliare ma anche nel creditizio, ne è un esempio. Inoltre la congiuntura può avere avuto i suoi effetti, ma sembra chiaro che il sistema, così come è stato concepito finora presenta segnali di stanchezza. Bisogna ammettere che in Italia i sistemi come il franchising a costo zero sono deceduti. Il sistema invece troppo rigido ha portato a molte fuoriru-

CRESCITA DEL NUMERO DI AGENZIE DAL 2001 AL 2009



Fonte: www.immofranchising.net



Negli ultimi due anni abbiamo assistito a fenomeni di consolidamento. È il momento di innovare.



Gerardo Paterna
responsabile di
Immofranchising.net

scite e alla creazione di *network* indipendenti molto simili tra loro, che però non hanno raggiunto quote di mercato significative. E, infine, altri sistemi più "europei" presentano numeri risicati e che comunque non suscitano grande interesse presso gli agenti indipendenti.

Cosa fare, dunque? Per l'esperto di *Immofranchising.net* occorre lavorare su più fronti.

«Bisogna approfondire con una certa rapidità le logiche di accorpamento delle imprese che sono sotto la soglia dei 300 punti vendita» precisa Paterna, ma non è l'unico tassello sul quale operare.

Per Paterna vi è anche una lacuna a livello comunicativo.

«Credo che sia necessario innovare il sistema aggregativo che non evidenzia i valori tangibili, i vantaggi che stanno alla base dell'affiliazione commerciale e che quindi perde appetibilità in un momento nel quale dovrebbe vivere maggiore prosperità».

Insomma, detto in parole povere, seppure aumentino il numero di agenzie, ci sono molti che preferiscono restaurare autonomi piuttosto che aggregarsi a un *network*, perché forse non ne comprendono i vantaggi reali.

A scapito di tutte le campagne di comunicazione e informazione e al famoso detto che l'unione fa la forza.

Secondo l'esperto insomma si sarebbe arrivati a una standardizzazione della distribuzione di tale servizio: un

controsenso, in quanto la distribuzione di questo servizio non dovrebbe proprio essere standardizzata. «Certo dei primi passi si sono intravisti» spiega Paterna. «Alcuni *network*, ad esempio, hanno deciso di certificarsi, altri stanno sfruttando molto la comunicazione on-line con la creazione di blog tematici, altre si sono aperte al *Multi Listening System*, ma siamo ancora agli albori».

Per avere una rete forte è ancora importante lo spirito di aggregazione e non soltanto contarne i numeri. Perché a livello di mercato sono sempre i soliti alla vetta della classifica.

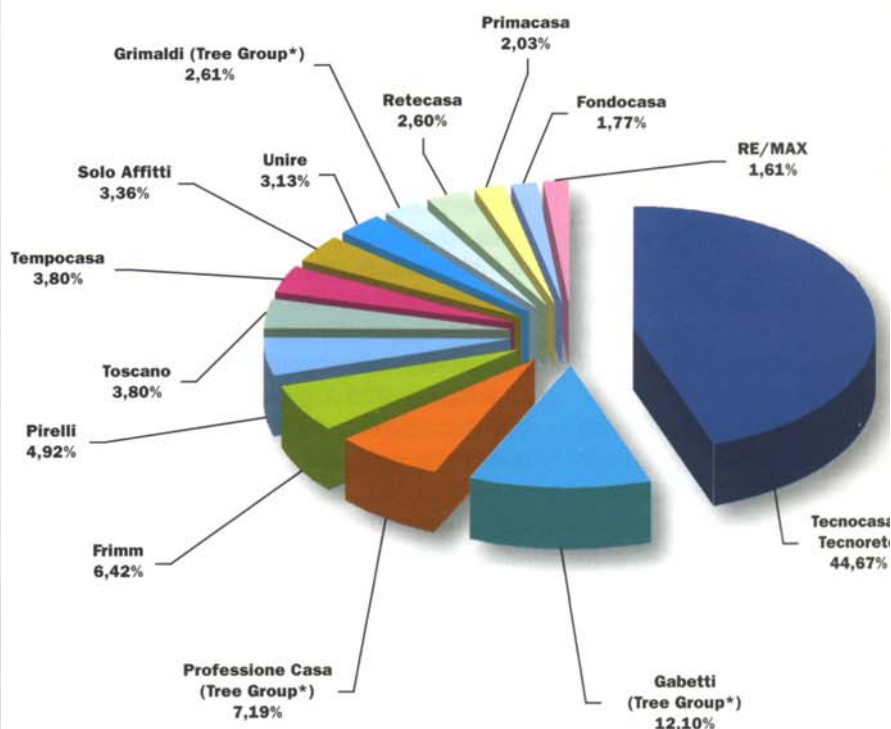
«E' ancora un mercato molto frammentato. Non certo paragonabile agli Stati Uniti dove il 50% del mercato è dominato dal *franchising*» riflette Paterna. Infatti, secondo l'esperto è prevedibile che nei prossimi anni le 7 e 8 realtà più piccole debbano decidere come comportarsi. O creare una partnership o essere protagoniste di acqui-

sizioni, altrimenti si ritroveranno ai margini del mercato. Differente invece il caso per gli indipendenti. Per l'esperto di *Immofranchising.net* essi saranno sempre "corteggiati" dai franchisor e continueranno a crescere, perché il settore è ricco di opportunità soprattutto per le piccole agenzie. E' anche vero che forse sarebbe opportuno studiare di più questo mercato, per renderlo ancora più comprensibile.

«Mi piacerebbe proporre la creazione di un laboratorio comune, aperto ai *franchisor* di settore e a chi ha esperienza di aggregazione in ambito immobiliare, per condividere studi, numeri e idee che forniscano risposte e soluzioni per governare il cambiamento e potersi assicurare la permanenza su un mercato destinato inevitabilmente a modificarsi» continua Paterna. E sarà necessario iniziare a fare autocritica e capire che la qualità dei servizi non sempre è legata al numero di agenzie operative, anzi a volte è inversamente proporzionale. **A**

Per avere una rete forte è ancora importante lo spirito di aggregazione. I numeri non bastano.

FRANCHISING NETWORK - QUOTE DI MERCATO



Fonte: www.immofranchising.net