



L'evoluzione del franchising immobiliare

Gli ultimi dati raccolti da ImmoFranchising, aggiornati ad aprile 2003.

CasaClick presenta qui i dati raccolti da ImmoFranchising, sigla ormai nota nel campo immobiliare. Attiva dal 1994, la sua missione è la consulenza, a franchisor e franchisee in campo immobiliare e il censimento e la raccolta di dati e informazioni sulle reti. E' di fatto l'unica realtà-web specializzata in questo ambito.

La quota di mercato del franchising

Agenzie immobiliari in Italia	27.577 (*)	(+3.55%) rispetto a Gennaio 2003
Agenzie immobiliari in franchising	5.864	(-2.02%) rispetto a Gennaio 2003

Fonte: ImmoFranchising, aprile 2003

(*) La cifra è ricavata dalle banche dati di Infoimprese e provengono dalle Camere di Commercio italiane.

La classifica delle reti per numero di affiliati

Classifica	Marchio	Numero di franchisee	Quota mercato franchising immobiliare
1	Tecnocasa	2.327	39,69%
2	Gabetti	664	11,32%
3	Frimm Group	329	5,61%
4	Professione Casa	320	5,46%
5	Tempocasa	305	5,20%
6	Toscano	183	3,12%
7	Primacasa	144	2,45%
8	Obiettivo Casa	128	2,18%
9	Grimaldi	117	1,99%
10	Solo Affitti	114	1,94%

11	Re/Max	101	1,73%
12	Fondocasa	101	1,73%
13	Queen Immobiliare	96	1,63%
14	Retecasa	96	1,69%
15	Edilnord	94	1,60%
16	Area Casa	90	1,53%
17	Studiocasa	90	1,53%
18	Gastone	73	1,25%
19	Ideanet	52	0,89%
20	Sarpit	37	0,63%
21	Stimacasa	35	0,60%
22	Casa in franchising	30	0,51%
23	Globalcasa	27	0,46%
24	Bonifazi	26	0,45%
25	23 network con meno di 26 punti vendita	286	4,87%

Fonte: Immofranchising, aprile 2003

AVVERTENZA: I dati numerici indicati in questa pagina, raccolti da Immofranchising, sono basati sulle dichiarazioni dei gestori delle reti. Secondo Assofranchising il censimento non è esaustivo: esisterebbero anche altre micro realtà, la cui rilevazione è del resto opera assai complessa. Immofranchising, inoltre, tiene a precisare quanto segue: "I dati rappresentano semplicemente le quantità di agenzie immobiliari raggruppate per marchio rispetto alla totalità delle agenzie immobiliari operative sul territorio nazionale. L'utente tenga presente che la dimensionalità di una rete in franchising non costituisce in assoluto il criterio utile al giudizio dell'azienda. I sistemi di franchising interagiscono in modo diverso con l'affiliato rispetto ad impatto economico, criteri di selezione, operatività geografica, vincoli contrattuali e quant'altro. Pertanto la bontà di un sistema andrà valutato considerando più parametri. Questa precisazione è doverosa al fine di evitare superficiali classifiche sulle aziende, che meritano invece una più attenta e complessa valutazione".

Le prospettive per il futuro

I pareri di Immofranchising e Assofranchising

Afferma Gerardo Paterna, dello staff di Immofranchising: "Identifichiamo alcune tendenze di base del franchising immobiliare. La prima è quella allaggregazione. Negli ultimi due anni sono all'ordine del giorno l'acquisizione di reti, le fusioni tra sigle nonché la costituzione di consorzi e di alleanze. Basti pensare che si è passati da una settantina di reti alle quarantasette attuali (di cui le

prime due si spartiscono oltre la metà dei punti vendita in Italia). Tutto fa pensare che entro un altro quinquennio il numero di sigle si ridurrà ulteriormente, passando a 20-30 al massimo. Ciò proietta il comparto del franchising immobiliare verso una maggiore maturità e, lo speriamo, verso la stabilità".

Bruno Vettore, consigliere di Assofranchising, la principale associazione italiana del settore in campo immobiliare e non, che è anche dirigente di Tecnocasa, è abbastanza d'accordo: "Alla lunga è probabile che la tendenza alla concentrazione vinca. Sta di fatto però che si tratta di un percorso non lineare: da una parte c'è chi si aggrega e dall'altra vi sono reti che si spezzettano e si sbriciolano continuamente. Forse un'esperienza che si potrebbe rilevare interessante è quella del consorzio tra reti, in cui ciascuna mantiene la sua identità e autonomia, ma nello stesso tempo si hanno economie di scala nel fornire certi servizi: oggi il portale Internet e domani, forse, anche la pubblicità. Sto parlando ovviamente del consorzio Eurofranchising che riunisce una decina di sigle. Si tratta di un'esperienza ancora in divenire, che andrà testata sul campo".

Abbiamo chiesto a Paterna se, a suo parere esista un numero minimo di affiliati perché una rete raggiunga un buon equilibrio che la proietti nel futuro. "Certamente", è la risposta, "ed è stimabile intorno a 100 punti vendita. Tuttavia non è il numero di affiliati l'unico criterio di valutazione del successo di una formula di franchising. Possono anche esistere reti piccole più efficienti di reti estese. Resta un dato di fatto che la caccia agli affiliati è attualmente una delle necessità più importanti dei franchisor".

Si può identificare un altro trend del franchising immobiliare evoluto? "Senz'altro quello di un maggior peso contrattuale da parte degli affiliati nei confronti dei franchisor.", risponde Paterna. "Soprattutto nelle iniziative più giovani, le fee d'ingresso sono contenute o assenti, le royalty ridotte, i vincoli contrattuali limitati, la fornitura del punto vendita può essere data, chiavi in mano, a carico dell'affiliante. In sostanza, si sta diffondendo il concetto di "franchising leggero" ovvero di formule di affiliazione che prevedano i vantaggi competitivi del lavoro di gruppo, la forte riduzione di vincoli contrattuali tipici delle formule di affiliazione tradizionali, un contenuto impatto economico. Sia la tendenza all'aggregazione che il franchising più flessibile si pongono sulla scia delle esperienze maturate dai Paesi economicamente più evoluti.

Vettore è solo parzialmente d'accordo: "Sì, è vero, sia in Italia che nel resto d'Europa", riconosce, "il franchising leggero è una realtà in crescita. Però è ancora presto per dire se si rivelerà un punto di forza o di debolezza per le reti. E' infatti indubbio che la caccia agli affiliati impone a molte reti, per crescere in fretta, di allentare le briglie al collo ai franchisee. Ma lo sviluppo veloce con scarse regole e scarso controllo può significare anche un franchisor che

fornisce pochi servizi ai punti vendita e che non è in grado di orientarne le scelte. Insomma, anche in questo caso è prudente mettersi alla finestra e aspettare per vedere se il franchising leggero sarà sinonimo di mercato maturo o sarà destinato a dimostrarsi una bolla di sapone. E' un dato di fatto, inoltre, che non si è sviluppato in Italia un movimento sindacale tra i franchisee che tratti con il proprietario della rete: gli scontenti non cercano di migliorare la loro situazione all'interno, vanno altrove, ".

Aggiunge infine Vettore: "Oggi il franchising immobiliare è più forte di ieri, ma a mio parere ciò è più dovuto al boom prolungato del mercato, piuttosto che a una evoluzione nel nostro settore del franchising in sé".

[Indietro](#)

[Sommario](#)

[Avanti](#)

Copyright © 2002-2003 CasaClick S.p.A. Tutti i diritti riservati