



Altro che immobili

Agenzie di compravendita, di locazioni e di servizi. Se il mercato dell'acquisto o dell'affitto della casa è, negli ultimi anni, molto contrastato, i franchisor del settore hanno risposto con specializzazione, internazionalizzazione e formazione. Ma sta anche ai futuri affiliati cogliere la sfida

di Agostino Riitano

I primi mesi del 2013 hanno registrato timidi segnali di un riavvicinamento fiducioso al comparto immobiliare

Non ci si può nascondere dietro un dito. E non lo fanno di certo, le reti di agenzie immobiliari interpellate da AZ Franchising per una fotografia del settore. **Il mercato è in sofferenza**, lo è da almeno un paio di anni. I segnali di inversione di tendenza si vedono, ma gli operatori del settore preferiscono rimanere con i piedi ben piantati per terra.

COME VA IL MERCATO?

Secondo il centro studi di Tecnocasa si è appena concluso un anno difficile per il settore immobiliare italiano, **un anno che apre le porte a un 2013 i cui primi mesi hanno registrato timidi segnali di un riavvicinamento fiducioso al mercato**. L'interesse per la casa, in realtà, non si è mai sopito in questi anni ma i potenziali acquirenti si sono scontrati con l'incertezza della situazione economica del paese, con le problematiche legate al mantenimento del posto di lavoro, con la difficoltà di

accesso al credito, con una diminuzione della capacità di risparmio, con venditori restii ad abbassare i prezzi di richiesta e, infine, con l'arrivo dell'Imu.

Tutto questo ha creato timori anche in coloro i quali avrebbero potuto acquistare, investitori inclusi. **Il 2012 ha chiuso con un ribasso dei prezzi immobiliari**, per la prima volta, a due cifre. Sono le grandi città ad aver contenuto meglio il calo dei prezzi, mentre rimangono in sofferenza le periferie e i capoluoghi di provincia di medie e piccole dimensioni e tutto il Sud. I tempi di vendita rimangono lunghi, si va da un minimo di 183 giorni a un massimo di 209.

Si vendono di più trilocali e bilocali (questi ultimi soprattutto a Roma e a Milano), case usate ma in buono stato e in zone servite.

La crisi ha spinto gli acquirenti, ma anche chi paga un affitto, a una selezione più severa, circostanza che ha

>> a pag. 50

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



COUSA Focus

Parola ai protagonisti

Antonio Pasca, presidente Tecnocasa Franchising Spa

Come relazionarsi con la crisi dell'immobile? "Operatori seri, preparati e affidabili riescono a non subire l'influenza dei cicli immobiliari. Tant'è che le nostre agenzie affiliate sono di continuo alla ricerca di collaboratori da avviare a un progetto imprenditoriale. Dal punto di vista del franchisor il principale segreto per sviluppare e rafforzare la rete è l'organizzazione di tutti i servizi, come ha fatto il Gruppo Tecnocasa che ha anche impostato una strategia incentrata su alcuni punti fondamentali: l'integrazione tra le reti e l'innovazione". **Obiettivi di espansione futuri?** "Per il 2013 sono previste 150 nuove aperture in undici regioni (Piemonte, Lombardia, Lazio, Calabria, Toscana, Emilia, Sicilia, Sardegna, Puglia, Campania e Veneto), per ogni nuova apertura sarà necessaria la presenza di 3-4 collaboratori". **Quali i segmenti su cui puntare?** "Il Gruppo ha un piano di sviluppo della rete industriale/commerciale. È un progetto che voglio sottolineare perché Tecnocasa è l'unico ad avere un network che gestisce solo immobili a uso non residenziale". **Che cosa dice del fenomeno che stiamo osservando di agenti immobiliari che escono dalle reti per**



aprire come indipendenti? "Nei sistemi di franchising ben strutturati, è necessario adeguarsi a un metodo operativo e al rispetto di regole di marchio che per qualcuno potrebbero risultare limitanti. Ma il franchising immobiliare può essere la soluzione giusta per chi intende avviare il proprio progetto imprenditoriale, soprattutto poi se è preceduto da un congruo periodo di attività nelle agenzie del gruppo al quale intende affidarsi".



Punti vendita diretti: 0

Punti vendita affiliati: 2.800 nel mondo

Roberto Barbato, presidente di Frimm Holding

Il franchising può rappresentare un 'plus'? "Non c'è dubbio a riguardo. Oggi i professionisti protetti e rappresentati da un brand possono essere considerati vincenti: possono offrire cioè al cliente più servizi, testati e in continuo aggiornamento perché garantiti dal franchisor. Frimm si è specializzata in questo senso, evolvendo la propria formula da semplice franchising immobiliare a servizi per agenzie immobiliari". **Quali zone hanno sofferto meno la crisi?** "Il mercato immobiliare ha resistito meglio nelle grandi città piuttosto che in periferia". **In quali zone di Italia avete intenzione di espandervi?** "Frimm ha come obiettivo quello di consolidare la presenza del proprio network nelle grandi città e in particolare in Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna e Toscana". **Qual è l'elemento caratterizzante del vostro franchising e su cui puntate?** "Certamente il sistema gestionale MLS (Multiple Listing Service). A tal proposito abbiamo rilasciato da poche settimane l'ultima versione della nostra piattaforma di collaborazione, REplat 3, dotata di sincronizzatore e



gestionale. La compravendita in condivisione, come insegna il modello nordamericano, è il vero antidoto alla crisi e permette di lavorare in ogni situazione che il mercato presenta: collaborando si ampliano le possibilità di concludere con successo un maggior numero di operazioni e si amplia il flusso di clienti del punto vendita".



Punti vendita diretti: 2

Punti vendita affiliati: 1.500 circa divisi tra i tre pacchetti Basic, Advanced e Professional

COUSA Focus

<< da pag. 46

portato a una diminuzione del valore medio delle locazioni. E il 2013? "Riteniamo - scrive il centro studi di Tecnocasa - che la prima parte dell'anno possa essere ancora caratterizzata da incertezze e timori che rallenteranno le dinamiche di mercato; nella seconda parte dell'anno in corso potrebbero esserci dei segnali di miglioramento soprattutto se l'economia italiana farà segnare numeri positivi e se i venditori, soprattutto coloro che sono ancorati a una visione di mercato che non è più quella attuale, inizieranno a ribassare i prezzi" (tutti i dati nell'infografica accanto).

DIAMO I NUMERI

Il settore è stato fotografato anche dai dati dall'osservatorio sul franchising immobiliare Immofranchising, che nel 2012 ha contato 37.770 agenzie affiliate, in calo del 2 per cento rispetto al 2011, in numeri assoluti 644 unità disperse. Sono, invece, quasi 44mila le agenzie totali, anche loro in calo rispetto al 2011 dello 0,58 per cento (nella torta a pag. 57 si può vedere il peso delle varie catene per numero di agenzie affiliate aperte).

Non tutto, però, è negativo. **Tecnoborsa**, società consortile per azioni senza fini di lucro, di emanazione delle Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura, fondata nel 1997 per contribuire allo sviluppo, alla regolazione, alla trasparenza del mercato immobiliare italiano, ha diffuso a inizio 2013 alcuni dati interessanti. Per esempio, è vero che, oltre a un volume di affari più basso rispetto agli scorsi anni, le agenzie immobiliari "fisiche" devono subire la concorrenza dell'intermediazione delle omologhe solo online, dei siti internet specializzati in intermediazione e scambi fra privati (EBay, Sicuro.it, Facile.it) e anche degli stessi costruttori che hanno iniziato a fare intermediazione per conto proprio.

Ma è anche vero che il 50,3 per cento

>> a pag. 56

Mercato immobiliare italiano

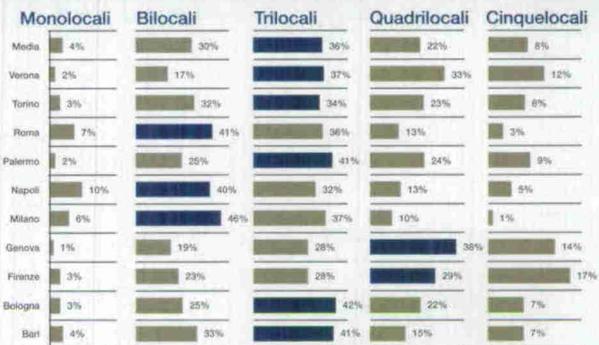
Calo dei prezzi nel 2012



Tempi medi di vendita



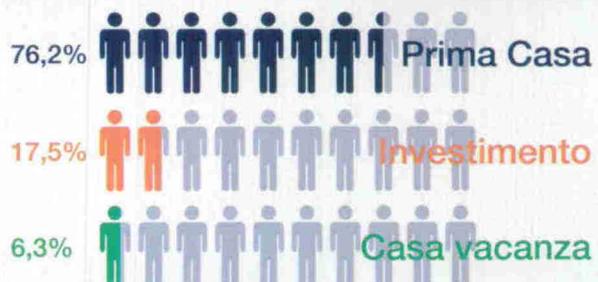
Analisi della domanda di abitazioni



Disponibilità di spesa per acquisto casa



Motivazione acquisto casa



Fonte: Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa



▶ Parola ai protagonisti

Focus ◀ COSA

Dario Castiglia, amministratore delegato RE/MAX Italia

Che cosa si sente di dire a quegli agenti che si stanno interrogando se uscire o meno da una rete in franchising dato la congiuntura economica? "Anche noi notiamo un fenomeno di uscita da parte di agenti da network in franchising. A loro dico che è una strategia miope di affrontare la crisi, è un sostanziale disinvestimento che si pagherà a lungo andare. Delle due l'una, o la rete non apportava nessun fattore aggiunto all'affiliato prima o la rete è valida e allora la decisione è solo economica ed errata. Il rischio è di avvitarsi su se stessi".

Secondo lei, quali le zone più dinamiche? "È una situazione a macchia di leopardo. Volendo generalizzare, si vede che sono state le grandi città a soffrire di meno, così come alcune zone in provincia dove nemmeno prima si sono registrati picchi in positivo e quindi la situazione è rimasta stabile. Mentre è l'hinterland attorno alle città ad aver avuto il maggior ribasso nei volumi di affari".



Consiglierebbe ai futuri e attuali affiliati di intraprendere la strada della specializzazione? "Sì, ma bisogna sempre stare attenti al mercato. E se poi quella nicchia che si è scelto

di presidiare non "tira" più? Ci vuole, allora, una seppur minima diversificazione".

Che cosa contraddistingue una rete seria? "Qui parlo della nostra rete. Internazionalità del marchio - noi siamo presenti in 90 paesi nel mondo; una struttura dell'agenzia che nel nostro caso si avvicina allo studio associato, una cultura della collaborazione fra i nodi del network, la dotazione tecnologica, una formazione di matrice internazionale e un marchio di reputazione".

**RE/MAX®**

Punti vendita diretti: 0

Punti vendita affiliati: 181

Alberto Cogliati, direttore Tree Real Estate

Che momento è questo per l'immobiliare? "In questo periodo l'intero sistema economico sta attraversando una fase di profondo cambiamento e il settore immobiliare, tra i maggiori contributori del PIL italiano, si sta evolvendo per andare incontro alle esigenze della nuova clientela acquirente. I prezzi si stanno riallineando ai valori di mercato e le opportunità di business per gli operatori specializzati sono ancora presenti. L'agenzia immobiliare rappresenta l'attività imprenditoriale a più basso costo di start up e più alta redditività nel settore commerciale. Inoltre la figura dell'intermediario specializzato ben si addice a profili professionali derivanti da altri settori affini, in forte difficoltà, come la mediazione creditizia o le grandi reti di vendita".

Quali le zone di Italia più strategiche per voi? "Le nostre reti coprono capillarmente tutte le regioni, ma ci sono sicuramente zone territoriali dove stiamo lavorando molto per rafforzare la nostra presenza, tra queste Liguria, Veneto, Toscana e Sicilia, regioni decisive per il nostro sviluppo".

Stiamo notando che, sul mercato, molte agenzie affiliate escono dalle reti e ripartono come indipendenti. "Le agenzie che escono dalle reti sono quelle che appartengono a franchisor meno abili nel valorizzare il brand e i ser-



Punti vendita diretti: 0

Punti vendita affiliati: 1.400

vizi offerti. Queste agenzie sono portate inevitabilmente a identificare i costi di affiliazione come mere spese anziché investimenti a valore aggiunto. Il fenomeno è generalmente concentrato nei piccoli network, non strutturati, e che non riescono a raggiungere quote di mercato sostenibili".

Quali i vostri punti di forza del vostro franchising? "Il nostro gruppo offre, tra le altre cose, strumenti ad alto contenuto innovativo e qualitativo, quali il software gestionale, il sistema MLS, il portale dei servizi tecnici, il posizionamento web e mobile. Inoltre il valore aggiunto del nostro gruppo è rafforzato dalle economie di scala, prerogativa dei soli grandi gruppi organizzati".



COSSA Focus

"Ecco perché **cresciamo** e facciamo **guadagnare**"

"Stiamo crescendo anche in anni difficili, come il 2012. Formazione e internazionalità, due dei nostri pilastri"

Marco Rognini, Sales Manager Italia della rete Engel & Völkers

C'è chi non teme gli alti e i bassi del mercato perché ha investito e perché ha saputo leggere le dinamiche di sviluppo. Come Engel & Völkers. "Siamo cresciuti a doppia cifra anche in un anno, il 2012, definito da tutti negativo" dice Marco Rognini, Sales Manager Italia. **I dati sono tanti ma tutti univoci. L'immobiliare sta vivendo un momento difficile. Perché si dovrebbe, in questo momento, aprire un'agenzia?** "Engel & Völkers non ha mai smesso di incrementare il proprio percorso di crescita, anche in anni difficili come quelli che stiamo vivendo. Il nostro gruppo cresce costantemente anno dopo anno e il dato di maggior interesse è la crescita del fatturato medio di un singolo shop: +52,93 per cento nel 2012 rispetto al 2005". **Il franchising può rappresentare un valido supporto in momenti economici come questi?** "Esistono modelli di franchising differenti, Engel & Völkers mette fin da subito il proprio affiliato nelle condizioni di essere riconosciuto grazie all'elevato standard da sempre perseguito e mantenuto dal gruppo a livello internazionale. Non è da trascurare il forte interesse da parte di stranieri che acquistano in Italia (+53% negli ultimi 8 anni) prevalentemente provenienti dal Nord Europa, dove Engel & Völkers è leader indiscusso. Quindi la nostra risposta è assolutamente affermativa se la scelta risulta allineata all'attuale mercato". **Ci sono zone di Italia dove il mercato è ancora sostenuto rispetto ad altre?** "Il mercato degli immobili di pregio resta comunque vitale, interessante sia nell'ambito della prima casa (città) che nel mercato turistico. La condizione fondamentale è essere in grado di acquisire belle proprietà al giusto prezzo (e per questo aspetto il nostro gruppo investe molto in formazione) e avere i giusti canali per la commercializzazione". **Dove avete intenzione di espandervi?** "La società, che conta attualmente su 13 negozi partner in Italia e nuove aperture previste a Milano, Roma, Ischia/Capri e Monza, intende raggiungere una rete di circa 200 affiliati in 7/8 anni. Per quanto riguarda il target di immobili sui cui costituire il proprio portafoglio, Engel & Völkers punta su proprietà di pregio - per posizione o per design e finiture - indirizzate a una fascia di mercato medio-alto. Le principali aree di interesse vanno dalle grandi città e aree di forte attrazione turistica fino a sviluppare aree di futuro interesse e importanti potenzialità". **La specializzazione in questo settore può rappresentare una risposta alla crisi?** "Certamente. Anzi, riteniamo che sia

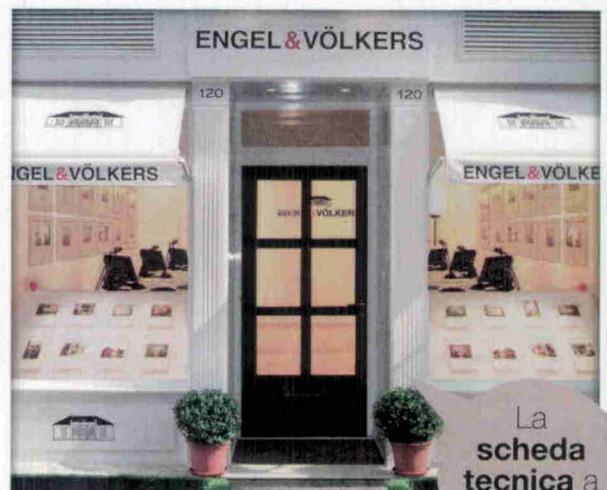
l'unica strada possibile. Nel nostro progetto di sviluppo ci stiamo rivolgendo sia a figure imprenditoriali e manageriali con background nell'organizzazione, gestione e sviluppo d'impresa che a esperti professionisti dell'immobiliare desiderosi di aumentare la qualità dei servizi. La selezione avviene in modo scrupoloso e strutturato, la scelta del nuovo affiliato viene fatta con cura e attraverso un preciso percorso ben definito. La formazione specifica e continuativa che eroghiamo ai nostri partner (non solo durante la fase di start up) tramite la nostra esclusiva Accademia interna e la possibilità di contare sulla forza del network sono gli elementi cardine della nostra proposta per proiettare i partner in una dimensione con interessanti ritorni economici e di immagine. Ulteriore elemento di forza del nostro brand la possibilità di contare sulla forza di un network internazionale, un sistema di interscambio costante, che permette di entrare in contatto con oltre 4.200 professionisti in più di 35 paesi del mondo. Questo ci consente veramente di fornire ai nostri clienti un servizio di alto valore". **Quali i punti di forza del vostro franchising?** "Siamo leader nel mercato di vendita e affitto delle proprietà più esclusive al mondo. Il nostro marchio distintivo sono i nostri shop che uniscono eleganza e attenzione al modo di lavorare. Il nostro network globale di partner, che include oltre 530 agenzie e uffici in 35 paesi, dà la possibilità di ottenere nuovi contatti e di acquisire e inviare segnalazioni di clienti a livello mondiale. La nostra vision è indirizzata a soddisfare i desideri di persone esigenti ed è radicata nei valori chiave del nostro marchio: competenza, esclusività e passione".



ENGEL & VÖLKERS

Punti vendita diretti: 0

Punti vendita affiliati: 532



La
scheda
tecnica a
pag. 81

CO.SA Focus

L'immobiliare online



Affittapresto - www.affittapresto.it
Affitto Protetto - www.affittoprotetto.it
Arco Immobiliare - www.arcoimmobiliare.it
ASTEPOINT - www.astepoint.it
Aste Consulting - www.asteconsulting.com
Aureli Group - www.aurelifranchising.com
BAR Immobiliare - www.barimmobiliare.it
Bonifazi - www.bonifazi.it
Casa d'Asta - www.casadasta.eu
Casa Sud - www.casasud.it
Cia Servizi Immobiliari - www.ciaimmobiliare.it
CITY NETWORK - www.city-network.it
Coldwell Banker - www.coldwellbanker.it
Condominio Expert - www.condominioexpert.com
Gruppo Del Monte - www.gruppodelmonteimmobiliare.it
Edilproposte - www.edilproposte.biz
EGOCASA FRANCHISING - www.egocasa.it
Engel & Völkers - www.engelvoelkers.it
Fondocasa - www.fondocasa.it
Frimm - www.frimm.com
Gabetti - www.gabettifranchising.it
Grimaldi - www.grimaldifranchising.it
Rubino Immobiliare - www.immobiliarerubino.it
Italcasa Network - www.italcase.it
ITALCONDOMINI - www.italcondomini.it
Italia Affitti - www.italiaaffitti.it
ITALIA servizi immobiliari - www.italiaserviziimmobiliari.it

Italiana Immobiliare - www.italianaimmobiliare.it
ITALIANCASE IMMOBILIARE - www.italiancase.it
La Casa Agency - www.lacasaagency.com
LM franchising - www.condominioelocazioni.it
Mediacantieri - www.mediacantieri.it
Mediocasa - www.mediocasa.it
Meridionale Fondiaria - www.meridionalefondiaria.it
MONDOCASA - www.mondocasaimmobiliare.it
Obiettivocasa - www.obiettivocasa.com
OPTIMHOME - www.optimhome.eu
Professionecasa - www.professionecasa.it
PROGETTOCASA - www.gruppropoggettocasa.it
Pronto Casa - www.pronto-casa.it
Quadrifoglio Immobiliare - www.quadrifoglioimmobiliare.com
RE/MAX - www.remax.it
Sarpi - www.sarpiimmobiliare.it
Solo Affitti - www.soloaffitti.it
Stimacasa - www.stimacasa.it
Studio Casa - www.studiocasa.it
Tecnocasa - www.tecnocasa.it
Tecnorete - www.tecnorete.it
Tempocasa - www.tempocasa.com
Toscana - www.gruppotoscano.it
Unicasa Italia - www.unicasaitalia.it
UNIRE - www.unirecasa.com
Visconti - www.viscontionline.it

La
scheda
tecnica a
pag. 84

<< da pag. 50

delle persone che hanno acquistato (o tentato di acquistare) casa hanno fatto ricorso all'agenzia immobiliare. Tecnoborsa riscontra un incremento dell'utilizzo di questo canale con un ritorno a valori del 2004. Sono soprattutto le giovani coppie a utilizzarla, maggiormente nel Lazio e in Lombardia. Non ci sono differenze in base a reddito e titolo di studio, l'utilizzo del canale professionale è quindi molto eterogeneo. Mentre, tra i motivi che hanno tenuto lontano dalle agenzie il resto degli acquirenti sono: il costo elevato per il 56 per cento, la scarsità di offerte immobiliari per il 18,8 per cento, la mancanza di fiducia per il 17 per cento, la scarsità nei servizi offerti per l'8,7 per cento.

ALCUNE DOMANDE (E RISPOSTE) PER POTENZIALI AFFILIATI

Perché aprire in questo contesto un'agenzia affiliata?

Perché come ci dice l'amministratore delegato di RE/MAX, **Dario Castiglia**, "quando il mercato è in sofferenza è il momento giusto per investire".

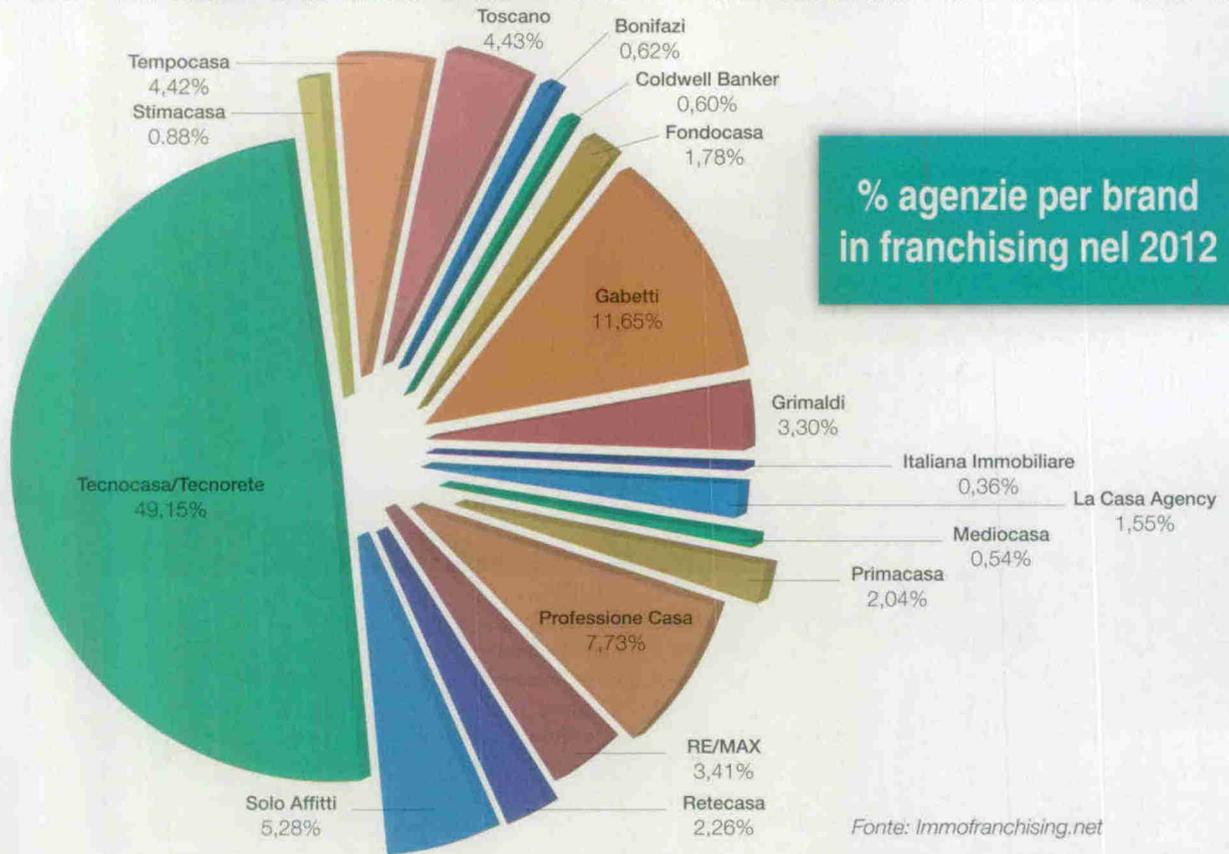
Il motivo? Presto detto: "Ci possono essere condizioni migliori e si può puntare decisamente sulla qualità. Quando il cliente finale pesa ogni euro speso pretende qualità. E se tu, come imprenditore affiliato, gliela sai dare allora sarai premiato dal mercato. Parliamo comunque di 450mila compravendite annue, non è certo un mercato fermo o in coma".

Per alcuni network la crisi non c'è, come nel caso di **Engel & Völkers** (leggi l'intervista integrale a pagina 54). E, per usare le parole del presidente di **Frimm Holding, Roberto Barbato**, "il mercato del mattone è e resterà una certezza per gli investitori. In Italia soprattutto, la casa rappresenta un bene primario e allo stesso tempo un bene rifugio: in momenti di crisi si tende a investire nell'immobiliare, non in Borsa. Inoltre il mercato utilizza proprio i momenti di recessione per autoregolarsi".

Anche la forza della rete rappresenta un plus per avviare un'agenzia affiliata. "Il franchising, applicato all'intermediazione immobiliare ha effetti benefici sulla professionalità degli agen-

Il 50,3% delle persone che hanno acquistato (o tentato di acquistare) case ha fatto ricorso alle agenzie immobiliari

Reti e aggregazioni immobiliari



% agenzie per brand
in franchising nel 2012

Fonte: ImmoFranchising.net

ti", dice Antonio Pasca, presidente Tecnocasa Franchising Spa.

In quali zone mi conviene aprire l'agenzia?

Le risposte che ci hanno fornito i professionisti del settore che abbiamo intervistato sono pressoché univoche. Meglio concentrarsi sulle grandi città o su quelle province dove il livello di compravendite è rimasto stabile - anche se a livello medio-basso rispetto al periodo pre-crisi. Più difficoltoso è aprire un'attività nell'hinterland delle grandi città o nelle loro periferie, dove il boom degli anni scorsi si è "sgonfiato" e il giro di affari conseguentemente impoverito. Meglio il Nord che il Sud, ma anche nel Meridione non mancano le opportunità. Come ci ha segnalato Dario Castiglia di RE/MAX, piazze come Messina o altre in Sicilia sono molto attive, come anche alcune in Puglia. Il consiglio è univoco: studiare sempre il mercato.

Se ho un'agenzia affiliata, esco dalla rete per risparmiare?

È un fenomeno che molti dati hanno fotografato e che AZ Franchising ha effettivamente riscontrato nella realtà:

un movimento in uscita dalle reti da parte di alcune delle agenzie immobiliari che riaprono sotto un'insegna indipendente. Le aziende che abbiamo interpellato hanno tutte confermato che sta avvenendo qualcosa del genere. Il motivo? Taglio delle spese, principalmente. Gli affiliati azzerano costi fissi come royalty e contributi per la comunicazione della rete per venire incontro a esigenze di cassa contingenti come, detto semplicemente, quello di arrivare alla fine del mese. Ma il consiglio di reti del livello di RE/MAX, Frimm, Engel & Völkers, Tecnocasa è di non lasciarsi prendere dal panico, di non disinvestire per non rincorrere il mercato quando questo tornerà a crescere a doppia cifra. Sempre che il franchisor che si è scelti sia davvero serio e che possa veramente offrire un plus notevole all'affiliato rispetto alla concorrenza non in rete.

Di chi mi posso davvero fidare?

Partire dai numeri è fondamentale. Da quando è nata la rete, che performance di mercato ha, quanti punti vendita ha aperto e quanti ne ha chiusi nell'ultimo periodo.

Due i punti di attenzione che gli operatori del settore hanno isolato: storicità e reputazione del marchio. Fattori imprescindibili da cui partire per la propria scelta imprenditoriale.

Quali i plus di un affiliato a una rete in franchising rispetto agli altri?

Ci sono fattori qualificanti insiti nel franchising in generale e altri caratteristici delle reti immobiliari, almeno le più serie. Quelle insite del franchising sono la forza della rete, la formazione, la notorietà di un brand, il know how, l'esperienza nel settore. A ciò si aggiunga ciò che le aziende interpellate ci hanno indicato. E cioè una stretta collaborazione fra i nodi del network, la possibilità di ricevere e scambiare contatti, anche a livello internazionale come avviene nel caso di Engel & Völkers, la possibilità di specializzarsi e di gestire il rapporto con le altre agenzie e gli agenti immobiliari secondo linee guida precise e codificate. E proprio il respiro internazionale di alcuni dei protagonisti del settore è uno degli aspetti più importanti su cui un imprenditore affiliato può contare.

AV © RIPRODUZIONE VIETATA