

PERCENTUALE PUNTI VENDITA PER BRAND (AGGREGAZIONI ALTERNATIVE)

In questa edizione abbiamo rilevato una serie di format alternativi al franchising, dalla società di servizi, al consorzio, all'MLS locale.

E' un contenitore alternativo al franchising tradizionale dove coesistono molte anime, spesso diverse tra loro, ma che hanno come **obiettivo comune di proporre un modo nuovo di fare aggregazione.**

Anche in questo caso, i numeri indicati non sono di per sè un indice di importanza o di qualità del sistema, quanto **una indicazione dell'estensione del fenomeno.**

Le percentuali espresse sono sempre riferite al totale dei punti vendita rilevati in questo particolare segmento (950).

La rilevazione distinta dal franchising è doverosa per evitare sovrapposizioni, in quanto molte agenzie che aderiscono a sistemi locali fanno anche parte di reti nazionali.

Il gossip degli ultimi mesi tra gli addetti ai lavori riguarda un nuovo traguardo da raggiungere, **ovvero creare un Aggregatore nazionale di MLS locali**, forse la versione italiana del più noto Realtor.com, acquistato a ottobre di quest'anno da Rupert Murdoch, azionista di riferimento, attraverso varie società, anche del portale di annunci immobiliari Casa.it.

Che il mercato italiano sia pronto all'adozione di nuovi standard è da vedere, gli operatori sono sensibili all'ottenimento di un vantaggio tangibile prima che all'adesione ad un'idea, per quanto innovativa.

Un approfondimento alla realtà delle aggregazioni locali lo trovate qui, dove potrete contribuire con commenti ad arricchire la discussione: [Rinascimento immobiliare a chilometri zero.](#)

