

Immobiliare. In controtendenza Pirelli agency, con un calo del 22% di agenzie in dodici mesi

Più affiliati nel mattone

Nell'ultimo anno le prime otto società del settore crescono del 6,3%

PAGINA A CURA DI
Enrico Bronzo

In Italia il franchising immobiliare cresce del 6,3% tenendo conto dei primi otto marchi del settore, con un incremento delle agenzie da 6.117 a 6.504.

Il gruppo leader resta Tecnocasa, con oltre 3.800 agenzie attive, circa cento in più del 2008 che riesce a mantenere le stime di crescita elaborate nello scorso anno (anche se a fine gennaio erano 4.064). Da gennaio 2009 al 30 settembre le aperture sono state 74, in media otto al mese. Ne sono previste altre 5-10 entro dicembre. Questo in Italia. In Spagna, dov'è presente massicciamente e dove ha registrato diverse chiusure, per Tecnocasa la crisi ha portato alla chiusura di oltre il 50% degli operatori immobiliari. Nonostante ciò, il gruppo costituisce in Spagna la più estesa rete di operatori sul mercato, con più di cento agenzie solo nella zona di Madrid e provincia, oltre 50 in Catalogna e ulteriori presenze consistenti in Andalusia, Bilbao, Saragozza, Valencia e

Alicante per un totale di 326.

Per Cabetti franchising agency l'a.d. Bruno Vettore parla di una chiusura in Italia delle agenzie immobiliari del 10%, considera «elementi catalizzanti e fidelizzanti per gli affiliati la rinnovata struttura che supporta localmente la rete, l'attività di networking facilitata da nuovi strumenti informatici e le opportunità concrete di business che vengono messe a disposizione». Fabio Gugliemi, presidente di Professionecasa, mette in evidenza la dinamicità che ben si accompagna all'età media dei suoi affiliati, intorno ai 30 anni. Giunta a quota 13 nelle agenzie all'estero dedicate agli immobili di pregio, con il marchio Professionecasa Prestige - ultima apertura a Londra, la prossima a Playa del Carmen (Messico) - Gugliemi sta lanciando i corsi di formazione "Energy" rivolti agli agenti immobiliari sui fondamenti della progettazione bioclimatica, il benessere fisico, l'inquinamento indoor, le energie rinnovabili e il risparmio energetico.

Altro marchio del gruppo Ubh, Grimaldi per bocca del suo presi-

dente Jacopo Grimaldi ricorda come trent'anni fa il suo sia stato il primo network immobiliare in Italia ad adottare il modello di franchising. «Le dimensioni della nostra rete, con circa 200 agenzie - racconta - rendono possibile una gestione molto personalizzata della relazione con l'affiliato. In un momento in cui il mercato immobiliare sta subendo un rallentamento, poter contare su un rapporto così stretto e diretto con il franchisor è sicuramente una motivazione vincente e la ragione della forte fidelizzazione della rete; basta pensare che tutti gli agenti "storici" ne fanno ancora parte». Anche Grimaldi ha attivato un corso per approfondire il tema della certificazione energetica.

Frimm group nel 2009 ha visto aumentare il numero degli affiliati di 19 unità. Formula di successo il contratto *light* (nessuna fee d'ingresso, niente royalty ad agosto, rescindibile con un semplice preavviso di 60 giorni) e la piattaforma Multiple listing service (Mls), la collaborazione online nella compravendita tra agenti immobiliari con 60mila immobili in condivisio-

ne tra affitto e vendita e nel 2008 300mila richieste da parte di clienti in cerca di casa. Dopo la certificazione di qualità Iso 9001:2008, e il recente restyling del sito a settembre, per il 2010 il presidente Giovanni Elefante vuole creare i punti vendita *one stop shopping*, agenzie multiservizio con consulenza anche per gli impianti fotovoltaici e le energie rinnovabili.

In Pirelli Re agency (secondo i dati da loro forniti in calo del 22,3% su base annua) infine, i franchisee lavorano senza alcuna limitazione di zona (idem per Fondocasa). «Il legame con la capogruppo - dicono dalla Bicocca (Milano) - peraltro, offre la possibilità di lavorare in sinergia con le business unit di Pirelli Re, che negli ultimi anni ha acquisito e valorizzato alcuni tra i migliori portafogli immobiliari del mercato italiano». In casa Pirelli l'investimento globale richiesto è di circa 30-35mila euro, con royalty fisse mensili da un minimo di 980 euro a un massimo di 1.650 euro al mese, secondo la zona di apertura. La fee di ingresso è di 12.500 euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

enrico.bronzo@ilssole24ore.com

