

ZOOM



Gli italiani credono che spendere i soldi nel mattone sia ancora una pratica "sicura"

C'è (ancora) voglia di casa

Il settore immobiliare e dell'intermediazione creditizia cerca un rilancio dopo anni difficili. Abbiamo chiesto ad alcuni degli operatori del comparto le strategie messe in atto, gli obiettivi per il futuro e il ruolo del franchising nei loro piani

di Agostino Riitano



Punti vendita diretti in Italia e all'estero: 1
Punti vendita affiliati in Italia e all'estero: 10



Punti vendita diretti in Italia e all'estero: -
Punti vendita affiliati in Italia e all'estero: 444 agenzie residenziali e 39 commerciali



Punti vendita diretti in Italia e all'estero: nessuno
Punti vendita affiliati in Italia e all'estero: oltre 150

Il mattone è da sempre considerato uno tra i beni "rifugio" per eccellenza. Quando la crisi colpisce duro, è nel mercato immobiliare che molti preferiscono investire. D'altronde, per gli italiani possedere una casa è quasi come un undicesimo comandamento, se è vero che circa l'80% ha un'abitazione di proprietà, stando agli ultimi dati riferiti al 2010 dell'Agenzia del Territorio e del Dipartimento delle Finanze del Ministero dell'Economia. Tuttavia, è anche vero che la recessione economica del 2008/2010, che ancora oggi fa sentire i suoi influssi negativi, è partita proprio dall'immobiliare. Tutto ebbe inizio, infatti, dai mutui subprime americani. Cioè, quei mutui ad alto rischio che le banche statunitensi concedevano con troppa disinvoltura per l'acquisto di case. Quando la "bolla" immobiliare si sgonfiò, gli istituti di credito si trovarono a corto di contante e molti fallirono, a partire

dal colosso Lehman Brothers. In Europa, la stessa sorte toccò alla Spagna, segnata da uno sviluppo dell'edilizia fra i più impetuosi d'Europa. "Lo scoppio della "bolla" immobiliare negli Usa, per fortuna, non ha trovato uguale riscontro in Italia, dove il mercato è decisamente fermo e rischia il ristagno, ma le quotazioni non sono affatto crollate", afferma Silvia Spronelli, presidente di Solo Affitti S.p.A. (www.soloaffitti.it), specializzata in locazione.

SEGNO MENO E INVESTIMENTI "IMMOBILI"

Secondo l'Associazione Nazionale dei Costruttori Edili (ANCE), "il settore delle costruzioni stenta a riemergere dalla crisi". Le previsioni dell'ANCE per il 2011, aggiornate nell'Osservatorio Congiunturale dello scorso giugno, continuano a evidenziare un trend "fortemente negativo per le costruzio-

ni che, in assenza di misure che possano produrre effetti immediati sulla produzione, si estenderà anche al 2012". La Banca d'Italia ha sottoposto un questionario a 1.500 agenti immobiliari: ne è emerso che nel secondo semestre 2011 i prezzi al metro quadro sono ulteriormente diminuiti e le compravendite sono rimaste inalterate, con una flessione al Nord. Inoltre, il 65% degli agenti dichiara una diminuzione delle offerte di acquisto a causa delle richieste del venditore ritenute troppo elevate, mentre è tornato a scendere l'indice di fiducia degli operatori su un miglioramento, a breve termine, del settore. Andamento confermato anche dalle previsioni 2011 del Centro Studi di Tecnocasa: "Il quadro si presenta meno positivo rispetto a quello prospettato a inizio anno: infatti le nuove previsioni ci indicano ancora una lieve contrazione dei prezzi compresa tra 3% e 1%". Nonostante il quadro po-

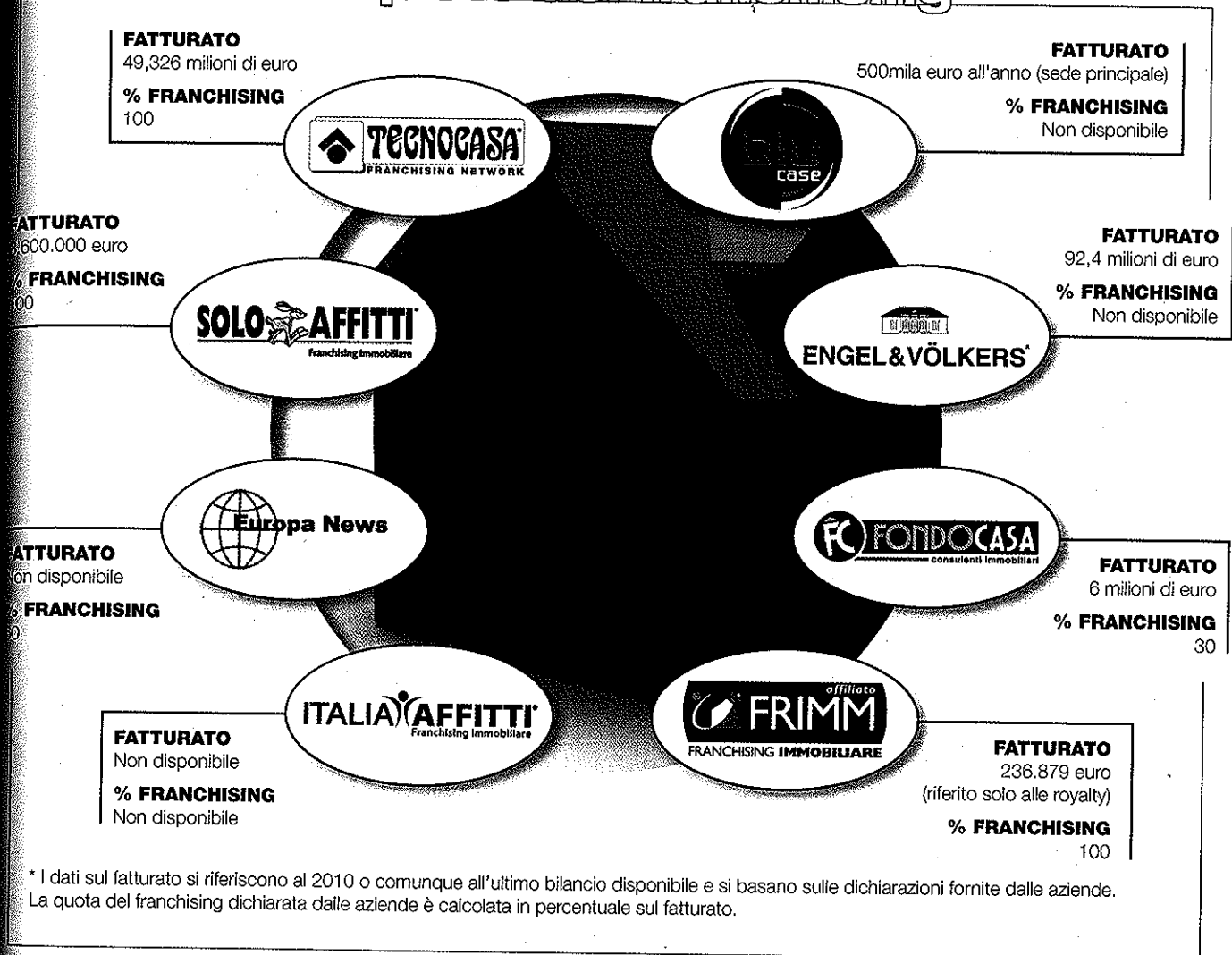
co confortante, gli italiani hanno voglia di casa e credono che spendere soldi nel mattone sia ancora sicuro. A dimostrarlo un recente sondaggio de Il Sole 24 Ore, secondo cui il 60% dei lettori considera quello nella casa un investimento redditizio. Tuttavia, "gli operatori (...) continuano a riscontrare una volontà di acquisto e di investimento nel mattone sempre elevata che si scontra però con una diminuita disponibilità di spesa, legata alle difficoltà di accesso al credito e con l'assenza di un capitale iniziale sufficiente per realizzare l'acquisto", precisano da Tecnocasa.

CRISI COME OPPORTUNITÀ

In questo contesto, come si sono mossi gli operatori e i network in franchising del settore? Lo abbiamo chiesto a 8 delle circa 120 insegne attive - secondo i dati della Divisione Ricerche e Sviluppo di AZ Franchising - che han-

no risposto alle nostre domande. La ricetta condivisa sembra essere quella della qualità. Come conferma Alessandro Pollero, presidente di Fondocasa S.p.A. (www.fondocasa.it): "In questi anni di recessione abbiamo adottato una politica che puntasse sulla qualità, più che sulla quantità". Anche per Roberto Barbato, presidente di Frimm Holding S.p.A. (www.frimm.com), "l'incertezza economica ha dato avvio a una serie di cambiamenti ed evoluzioni che ci hanno consentito non soltanto di rimanere competitivi sul mercato, ma soprattutto di mantenere una rete moderna, ad alto livello professionale. Senza snaturare i fondamenti del business di Frimm, abbiamo serrato i ranghi potenziando il marchio e fornendo ai nostri affiliati la possibilità di fare business nel real estate a 360 gradi. Non solo case e mutui, ma anche impianti fotovoltaici, trading e prodotti per le imprese". Secondo Solo Affitti, però,

Fatturati e quote del franchising*



le ristrettezze finanziarie e l'impossibilità di sostenere un mutuo stanno costringendo molti a valutare l'alternativa della casa in affitto. "Il mercato delle locazioni è meno soggetto alle grandi oscillazioni, ai boom e ai crolli tipici della compravendita. Questi aspetti, insieme a numeri concreti che registrano un incremento medio del numero di contratti conclusi dalle nostre agenzie nell'ultimo anno (+18%), hanno convinto diversi imprenditori a entrare nella nostra squadra". La locazione è anche il core business di Italia Affitti (www.italiaffitti.it) che dichiara di aver pagato poco lo scotto della crisi. Secondo il suo responsabile sviluppo, Williams Mariani, "non c'è stato nessun contraccolpo negativo; chi decide di investire nel nostro format entra in un mer-

cato che non risente della crisi come accade invece per il settore della compravendita immobiliare". Simona Invernizzi, Managing Director di Engel & Völkers Italia (www.engelvoelkers.com/it), ammette: "A livello internazionale la crisi finanziaria ci ha colpito in quei paesi che, per motivi diversi e legati alle realtà locali, avevano sviluppato le cosiddette "bolle" immobiliari. In Italia abbiamo rilevato una maggior cautela e riflessività nelle decisioni di acquisto e, di conseguenza, un allungamento dei tempi di vendita".

C'È CHI SCOMMETTE ANCHE ALL'ESTERO

Nelle parole dei protagonisti del settore, insomma, si riconosce la recessione ma si intravedono anche possibilità di

nuovi investimenti. Come per Gruppo Conafi Prestitò (www.conafi.it) e Tecnocasa Franchising S.p.A. Il primo ha recentemente lanciato Tuttimmobili.it, un nuovo portale dedicato al mercato immobiliare in cui l'agente può inserire gratuitamente le offerte di immobili e le relative richieste di acquisto. Tecnocasa Franchising (www.tecnocasa.it), nelle parole del suo presidente Antonio Pasca, ricorda invece come l'azienda abbia investito, in questi anni di recessione, sia in nuovi sistemi informatici per i clienti sia in formazione per gli operatori. "Dal punto di vista informatico, abbiamo integrato tutti i nostri sistemi per dare al cliente risposte veloci, trasparenti sia per quanto riguarda la casa che per l'accesso al credito. Dal punto di vista formativo, la nostra

%



Punti vendita diretti in Italia e all'estero: nessuno
Punti vendita affiliati in Italia e all'estero: 300 in Italia, 30 in Spagna



Punti vendita diretti in Italia e all'estero: nessuno
Punti vendita affiliati in Italia e all'estero: oltre 3.500

Scuola di Formazione ha previsto percorsi per tutti i livelli di esperienza dei nostri operatori, con la finalità di trasmettere non solo competenze, ma anche la cultura dell'etica negli affari". **Pasca crede in una ripresa nel 2012 e l'obiettivo rimane la crescita delle reti immobiliari e di quelle di mediazione. Con un occhio all'estero:** "Oggi si contano agenzie Tecnocasa affiliate in Spagna, Messico, Ungheria, Repubblica Ceca, Polonia, Francia, Romania, Tunisia e in Thailandia".

Fondocasa, "per questo ci siamo indirizzati alla concretezza. Per esempio, migliorando le performance dei nostri affiliati". Frimm ha risposto in due modi, predisponendo delle convenzioni e diversificando l'offerta verso gli operatori immobiliari: "Il Basic (gratuito, consente di vendere gli immobili dell'azienda in collaborazione con l'azienda stessa), l'Advanced (consente di usufruire al 100% del nostro gestionale MLS e degli strumenti a esso connessi) e il Professional (il pacchetto Frimm completo, l'unico che consente all'operatore di utilizzare il nostro brand e trarne benefici)". Mentre Solo Affitti ha stipulato di recente convenzioni con alcuni istituti di credito che garantiscono condizioni e modalità agevolate, "per aiutare giovani e non ad avere un aiuto finanziario". E poi c'è chi, come l'amministratore delegato **Stefano Radoicovich di Gruppo Blu Case** (www.blucase.eu), franchising di vendita di case prefabbricate, dichiara di non essersi mai appoggiato alle banche dal momento che l'insegna lavora con capitali propri.

compagna i periodi di crisi genera una naturale paura nei confronti di un'attività imprenditoriale. Eppure molti giovani devono "inventarsi" una occupazione per poter entrare nel mondo del lavoro, con stabilità. Diventare imprenditore comporta rischi non calcolabili, per questo poter contare sull'esperienza di altri imprenditori aiuta a limitare queste incognite". Le parole di Silvia Spronelli di Solo Affitti introducono un'altra domanda. **Come l'organizzazione a rete aiuta un'impresa del settore a espandersi, superando la recessione?** Per Antonio Pasca, "affiliarsi a un marchio non è solo pagare una royalty bensì contribuire in prima persona alla realizzazione di un progetto condiviso fra imprenditori autonomi - franchisor e franchisee - sviluppando sinergie e opportunità comuni". Italia Affitti vede nell'affiliazione vantaggi come "un minor investimento da parte del franchisee, l'esperienza e il supporto del franchisor, l'applicazione di un metodo di lavoro già collaudato e vincente". Da Engel&Völkers ricordano le cifre che arrivano dagli Usa e che parlano di un 90% di nuove attività di operatori indipendenti che chiudono nei primi 5 anni, contro il 95% delle unità

affiliate che hanno successo. Per Alessandro Pollero, il franchising è particolarmente utile in questi tempi sia per l'ampiezza che può raggiungere la rete sia per il know how apportato, "perché senza conoscenze specifiche è difficile farsi valere in questo settore". Per Roberto Barbato, "far parte di un network consente al franchisee di sviluppare la propria attività con più facilità grazie alla visibilità e riconoscibilità del marchio a cui si è affidato, ai corsi di formazione utili sia a far crescere professionalmente nuove leve da inserire in ufficio sia ad aggiornare il titolare e a una serie di servizi e strumenti essenziali per il lavoro quotidiano".

tico che psicologico. Tuttavia, la diminuzione delle transazioni ha di fatto prodotto una selezione fra gli operatori, premiando chi basa il proprio lavoro sulla qualità".

LE PREVISIONI PER DOMANI

Le aziende intervistate hanno pareri discordanti in materia di obiettivi futuri. C'è chi punta al rafforzamento e al consolidamento della rete italiana, anche con nuove proposte, e chi, invece, spinge verso uno sviluppo estero. Medialux Consulting, per esempio, preferisce procedere con i "piedi di piombo": "Il piano di sviluppo internazionale è attivo, ma considerando il periodo recessivo in Europa abbiamo deciso di farlo partire più lentamente". Fondocasa non ha all'attivo un piano per l'Europa, ma vuole raddoppiare in tre anni la presenza italiana, da 150 a 300 unità. È già in atto, invece, l'internazionalizzazione di Frimm Holding: "Poco più di un anno fa, abbiamo concesso due contratti master per lo sviluppo del marchio in Spagna e in Romania". Solo Affitti, invece ha avviato la crescita del nuovo marchio Solo Affitti Vacanze (www.soloaffittivacanze.it): "Prevediamo di incrementare ulteriormente del 5% il volume d'affari entro la fine di quest'anno". Engel&Völkers, già presente in cinque continenti e 37 paesi, si pone l'obiettivo di espandersi ulteriormente: "Nel medio termine, per quanto riguarda l'Europa, il focus sarà indirizzato verso l'Italia e la Francia, due paesi che per le loro caratteristiche offrono le migliori opportunità". Italia Affitti vuole "diventare leader assoluto nel mercato delle locazioni con una distribuzione capillare delle agenzie su tutto il Belpaese". Mentre l'intento del Gruppo Tecnocasa è di continuare lo sviluppo sia delle reti immobiliari che di quelle di mediazione creditizia, "al fine di consolidare e potenziare ancora di più la presenza sul territorio nazionale ed europeo".

IL RUOLO DELLE BANCHE

Le banche italiane ed europee sono vincolate ai limiti imposti dagli accordi europei, come quelli di Basilea, che hanno inciso sulla capitalizzazione e sugli accantonamenti, cioè su quanto capitale gli istituti devono tenere da parte. Questo, unito alle tensioni sui mercati, provoca una stretta creditizia che può colpire soprattutto le aziende giovani e ancora fragili. Simona Invernizzi precisa che questo "sta condizionando la fascia bassa e media del mercato. Non ha invece influenzato l'andamento dei nostri affari che nella stragrande maggioranza dei casi è autofinanziato". Alessandro Pollero ammette che la stretta ha condizionato

PERCHÉ IN FRANCHISING?

"Il clima generale di sfiducia che ac-



Punti vendita diretti in Italia e all'estero: 2 in Italia e 1 all'estero
Punti vendita affiliati in Italia e all'estero: 620 in Italia e 13 all'estero



Punti vendita diretti in Italia e all'estero: 4
Punti vendita affiliati in Italia e all'estero: 1 + 5 di prossima apertura



Punti vendita diretti in Italia e all'estero: 4
Punti vendita affiliati in Italia e all'estero: 103