

# Reti e Aggregazioni Immobiliari Duemilaventitré



Contenuti pubblicati sotto licenza [Common Creative](#)



**Gerardo Paterna**

## ○ Fonte dei dati ed elaborazioni

Registro Imprese ([www.registroimprese.it](http://www.registroimprese.it))  
Siti web e addetti stampa dei network censiti  
[www.gerardopaterna.com](http://www.gerardopaterna.com) (elaborazioni)

## ○ Oggetto delle rilevazioni

Sono stati rilevati i dati relativi a:

1. numero complessivo di intermediari professionali abilitati e in attività sul territorio nazionale
2. reti immobiliari di una certa rilevanza e rappresentative del mercato nazionale
3. MLS (Multiple Listing Service) e piattaforme telematiche di collaborazione

## ○ Esclusioni e nota metodologica

Non sono state conteggiate le "nuove" o "prossime" aperture o profili privi di indirizzo. Sono escluse tutte quelle posizioni con le relative abilitazioni "dormienti" essendo prive di partita iva (quindi non in attività).

Il numero degli intermediari professionali è stato ricavato dalla banca dati **Registrolmprese.it** (sezione Mediazione Immobiliare, codice ATECO 68.31). Quindi ogni posizione è rappresentativa di una partita iva e un'iscrizione al registro imprese. Ciò non significa, tuttavia, che ogni posizione corrisponda ad una agenzia immobiliare tradizionale, con ufficio fisico e vetrina, dato che l'attività di mediazione può essere svolta anche in mobilità, in studi associati, in strutture di coworking.

Inoltre, alla luce dell'evoluzione della professione, del mercato, dell'introduzione di tecnologie dedicate e di alternativi sistemi di aggregazione/associazionismo, della comparsa di **agenzie ibride e digitali e reti derivate**, l'osservazione del fenomeno aggregativo deve superare le logiche tradizionali. In questa edizione del rapporto si troverà una duplice visione riassuntiva del fenomeno, con la sola componente franchising e con la sommatoria dei sistemi di aggregazione alternativa.

In merito ai **nuovi modelli ibridi e digitali** i numeri sono ancora poco significativi, nell'ordine di alcune centinaia di addetti. Una valutazione più approfondita non è stata possibile a causa di scarsi dati disponibili sul numero di agenti abilitati aderenti a queste realtà e sulla loro copertura geografica.



## ○ **Attendibilità dei dati**

L'attendibilità dei dati relativa alle agenzie in franchising dipende dalla fedeltà di pubblicazione del numero degli affiliati effettuato dalle singole reti. È possibile che le elaborazioni prodotte risentano di alcune omissioni e imprecisioni da attribuire all'origine del dato. Tuttavia riteniamo la visione d'insieme attendibile e coerente con lo storico a oggi rilevato (2001-2023).

## ○ **Commento all'indagine**

Il 2023 registra un modesto incremento del mercato franchising pari al 1,76%. Cresce in modo costante il numero degli operatori abilitati (*+2,60% pari a 1.346 nuovi agenti immobiliari*) che sale a 53.124 unità. Tra le principali reti si osservano progressi contenuti di alcuni punti percentuali e vistosi decrementi a doppia cifra, in alcuni casi anche del 13% in un solo anno.

Mentre il settore della mediazione continua ad attrarre nuovi agenti, le aziende del franchising dovrebbero interrogarsi sulla capacità di dare risposte e soluzioni alla comunità professionale, prima ancora che al cliente finale. Talvolta, nel corso del tempo, si è preferito puntare sulla dimensione del network piuttosto che sulla capacità del singolo affiliato di generare valore.

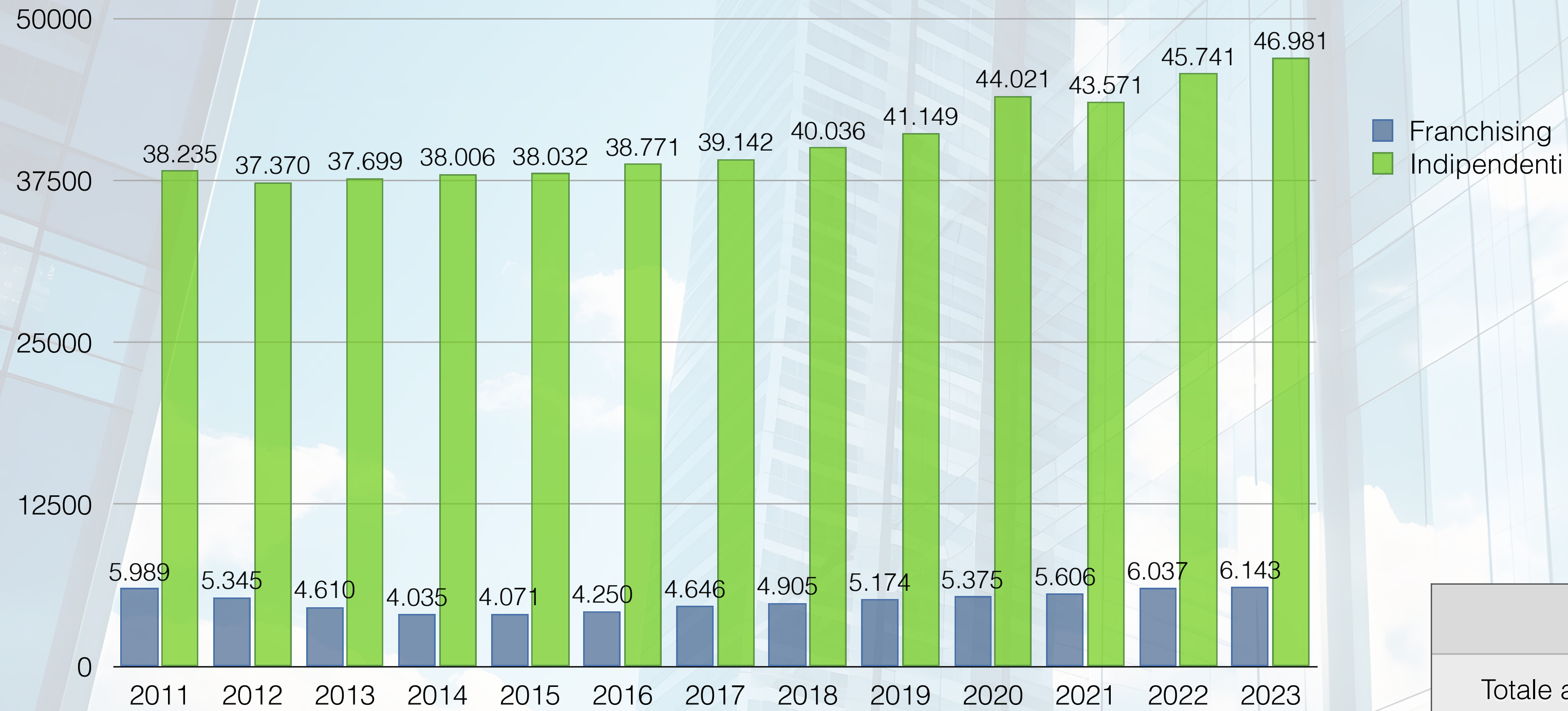
Questa tendenza dovrebbe essere invertita attraverso:

- la revisione e l'applicazione del metodo operativo
- la qualificazione della rete esistente
- progetti formativi per l'inclusione giovanile
- una comunicazione responsabile che rafforzi la reputazione e la credibilità degli addetti ai lavori

**Le agenzie immobiliari ibride e digitali** segnano un nuovo livello di competizione, fatto di velocità e flessibilità. L'idea di una tecnologia che renda più facile, sicuro ed economico spostare il valore immobiliare, continuerà ad attirare sempre più attenzione e capitali. Per questa ragione le aziende tradizionali e molto strutturate dovrebbero preoccuparsi di restare al passo.



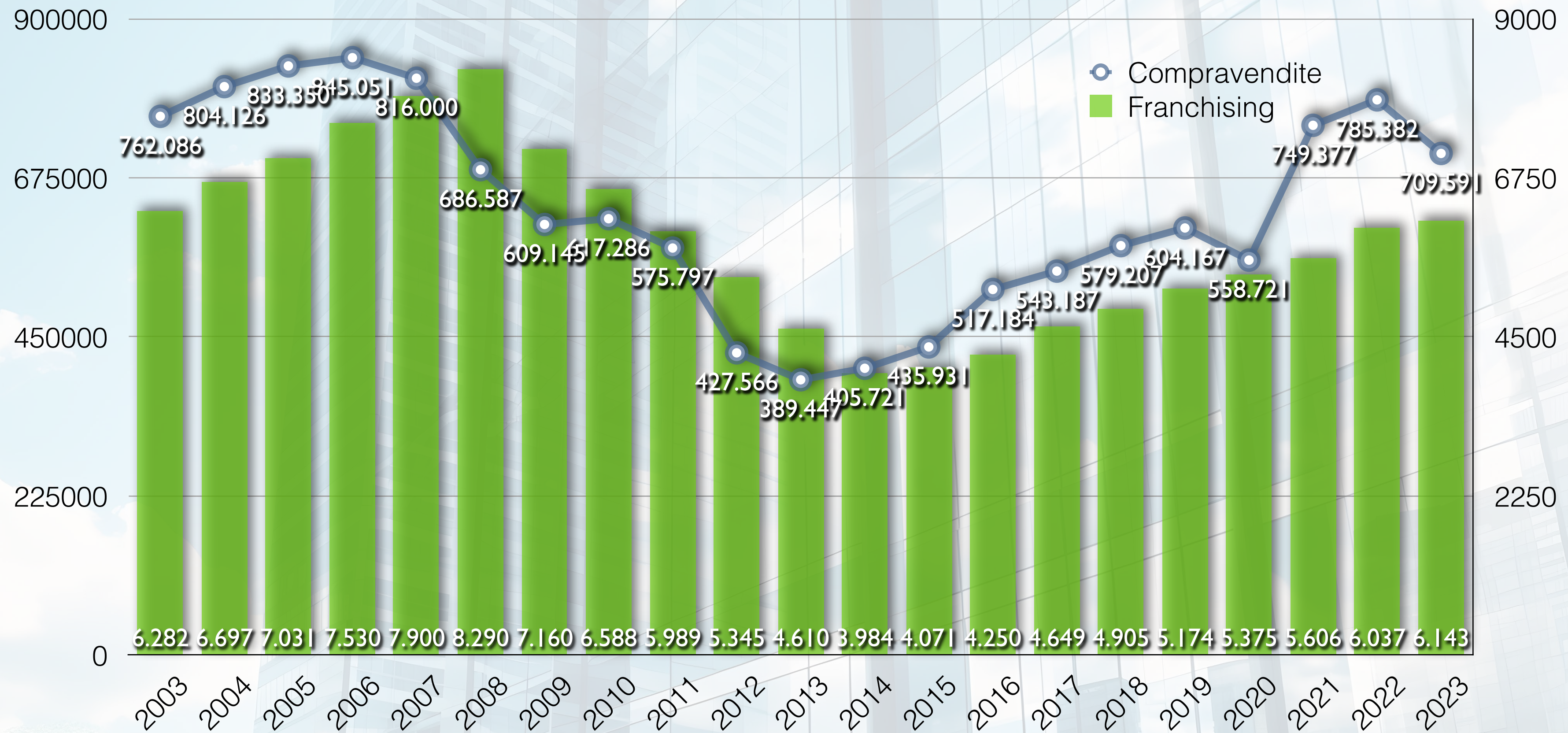
# Andamento Agenzie Immobiliari 2011-2023



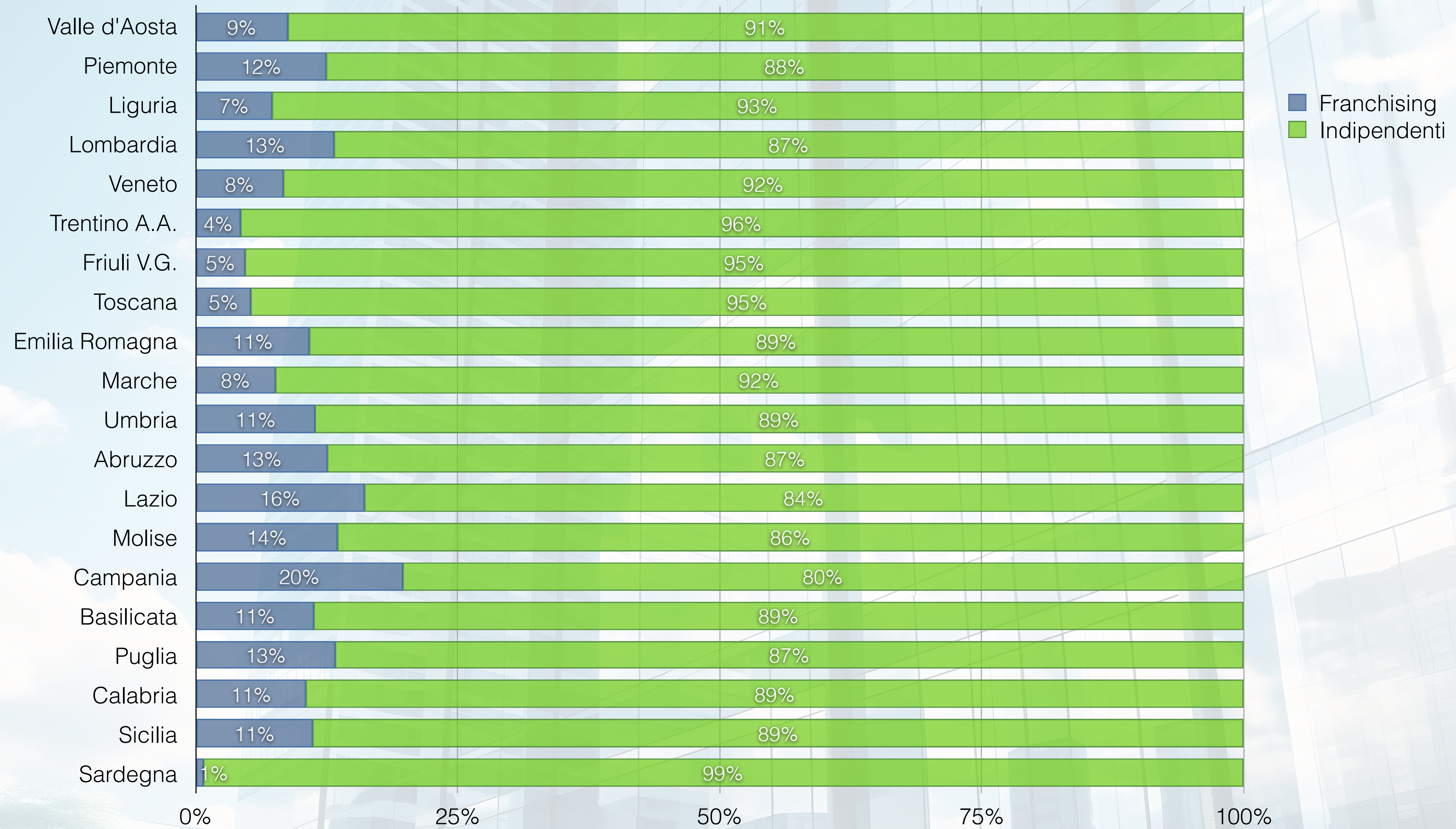
	2022	<b>2023</b>	Variazione
Totale agenzie immobiliari	51.778	<b>53.124</b>	2,60%
Indipendenti	45.741	<b>46.981</b>	2,71%
Franchising	6.037	<b>6.143</b>	1,76%
% franchising su totale agenzie	11,66%	<b>11,56%</b>	



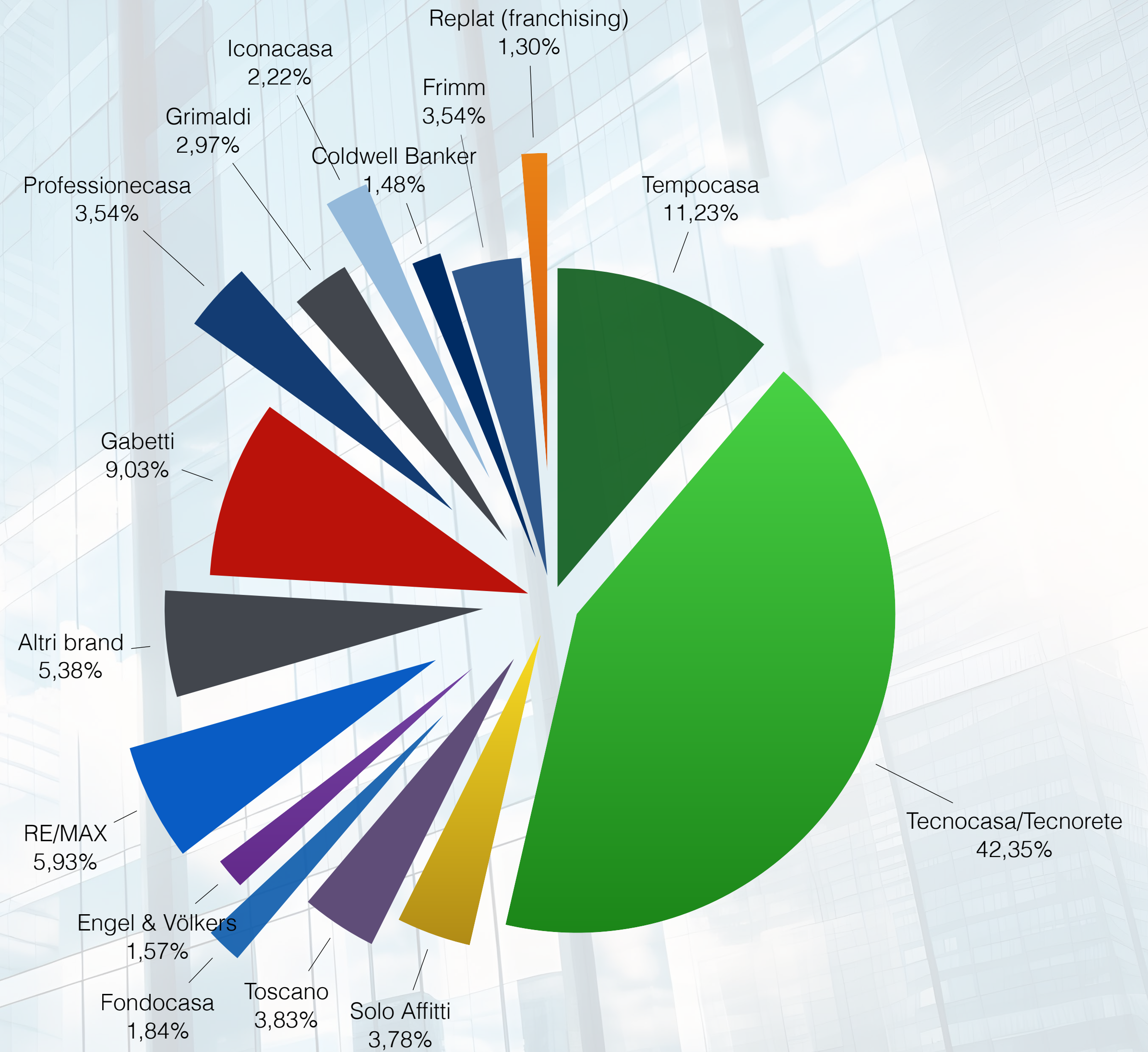
# Andamento franchising e compravendite residenziali 2003-2023



# Incidenza % franchising per regione



# Percentuale punti vendita per brand (franchising)



# Aggregazioni alternative e MLS

Sono stati analizzati quei format aziendali alternativi al franchising immobiliare tradizionale.

In questo particolare segmento sono stati rilevati 2.942 intermediari professionali rispetto ai 3.050 del 2022, ai 3.099 del 2021 e ai 2.843 del 2020. Si tratta di un modello di collaborazione trasversale, a prescindere dal brand di appartenenza. Rimane un fenomeno rilevante, ma senza attesa di scalabilità.

Lo scenario è comunque interessante e rivela che c'è spazio per nuovi modelli che necessitano di flessibilità e delocalizzazione rispetto al posizionamento della classica agenzia immobiliare. Aggregare richiede progettualità e visione di lungo periodo, giacché le sfide del contesto digitale e l'avvento di nuovi protagonisti nel settore immobiliare dei servizi non sono affrontabili per dimensione economica e tecnologica col solo impegno e la responsabilità del singolo.

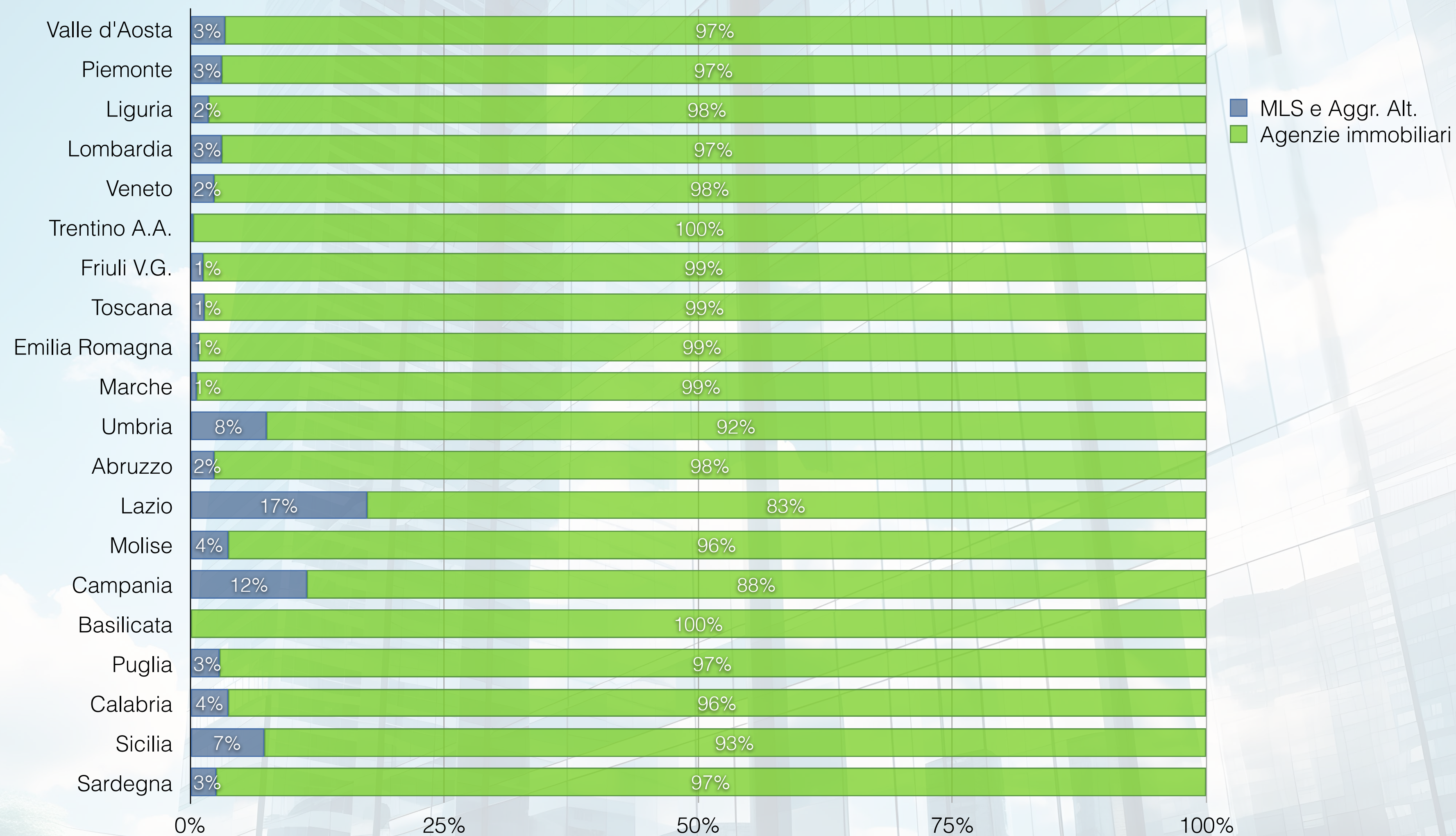
Nella valutazione dei numeri sono stati ricompresi gli effettivi utilizzatori e partecipanti alle piattaforme ed esclusa, nel limite del verificabile, tutta quella parte di anagrafica comprendente utilizzatori occasionali o semplici iscritti che non hanno mai adoperato le funzionalità del sistema.

Questa sezione non tiene conto di quelle iniziative ad impronta associazionistica e riconducibili ad enti pubblici, soggetti istituzionali e federativi che, per quanto concorrano ad un'idea di aggregazione, non sono ritenuti del tutto pertinenti nella stesura del presente report.

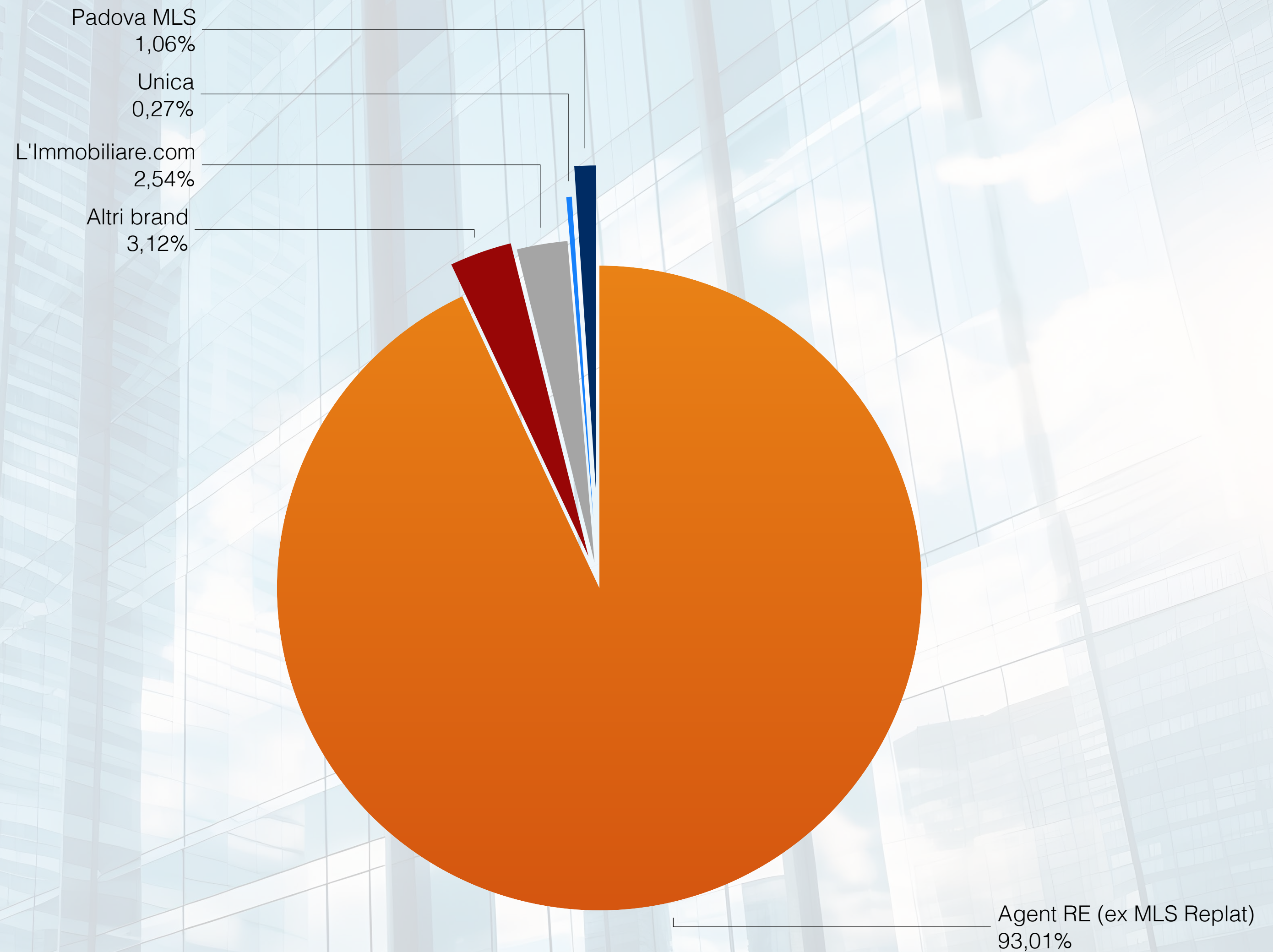




# Incidenza MLS e aggregazioni alternative per regione



# Percentuale punti vendita per brand (aggregazioni alternative e MLS)



# Reti e Aggregazioni Immobiliari Duemilaventitré



Contenuti pubblicati sotto licenza [Common Creative](#)



**Gerardo Paterna**