

**Trend** Le possibilità per rilanciare il settore che in Italia intercetta solo il 45% del mercato. Con provvigioni (5%) tra le più alte d'Europa

# Agenti immobiliari Il futuro è nella rete

Business condivisi e consulenza ai clienti per contrapporsi ai siti di vendita tra privati e ai network bancari

DI GINO PAGLIUCA

**S**ono troppe rispetto alle dimensioni del mercato e per di più sono strette da una manovra a tenaglia che potrebbe metterle ai margini. Stiamo parlando delle agenzie immobiliari, che oggi devono fronteggiare un doppio pericolo: da una parte c'è il web, con i portali che a costi irrisori mettono in contatto tra loro i privati disintermediando la trattativa; dall'altra le banche che stanno creando le loro reti, disponendo di mezzi e strutture fuori della portata delle agenzie e con un vantaggio decisivo: sono in grado di garantire all'acquirente il mutuo. Tutto questo significa che le agenzie tradizionali per restare sul mercato devono fornire ai clienti un contenuto di consulenza che giustifichi la richiesta di un onorario.

## Le idee

Non possono più solo mettere in contatto tra di loro due parti interessate ad un affare: certo, anche se si limitano a questo hanno il diritto legale alla provvigione, ma oggi chi vuole comprare o vendere casa non si accontenta di così poco. Sono aspetti di cui si è discusso di recente in due convegni organizzati dalle Camere di commercio; il primo, a Monza dal titolo «Come nasce ed evolve l'agente immobiliare 3.0», il secondo a Milano, sugli standard europei di valutazione. Nel corso dell'incontro di Monza è stata presentata un'ampia relazione

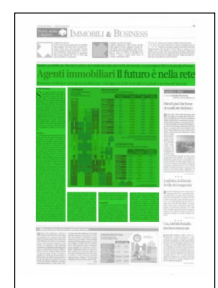
di Mauro Danielli e Stefano Stanzani nella quale si mettevano a confronto inquadramento professionale e giro d'affari di agenti ed agenzie in Italia e nel resto del continente. In Italia le provvigioni complessive sono tra le più alte (5% in media) e la fetta di mercato intermedia tra le più basse (45%). Fin troppo ovvio che i due numeri siano in stretta relazione tra loro. Oltretutto in Italia il numero di agenti, sottolinea la relazione, dal 2008 al 2014 (ultimo anno disponibile per un confronto europeo) è aumentato del 90% e quello delle agenzie del 109%, mentre le compravendite si sono quasi dimezzate. Abbiamo provato a mettere a confronto il numero delle agenzie censite in Italia dal sistema camerale a fine 2015 con le compravendite dello scorso anno: ne risulta che, nella media nazionale, si sono concluse 11,4 transazioni per ogni agenzia presente sul territorio; a Milano la media scende a 10, a Genova addirittura a 7,5. Visto che le agenzie riescono a intermediare il 45% del mercato, significa che per una fetta di operatori chiudere i conti in attivo è ben difficile se non si fa anche altro. Posto che nessuno ipotizza un ritorno delle compravendite al livello di dieci anni fa le strade per rimanere sul mercato secondo Danielli e Stanzani sono sostanzialmente due. La prima prevede di incrementare la collaborazione professionale tra colleghi, ricorrendo a sistemi come le piattaforme Mls (multiple listing service) che consento-

no di condividere gli affari tra più agenzie. In questo ambito un ruolo decisivo potrebbero svolgerlo le associazioni di categoria. La condivisione del business è uno dei punti su cui più puntano anche le reti in franchising, ma i network nel complesso non godono di eccellente salute dato che dal 2012 al 2015 il loro giro d'affari è passato da 958 a 770 milioni, secondo i dati di Assofranchising, mentre nello stesso arco temporale sono cresciute le agenzie indipendenti.

## I modelli

La seconda strada è quella di cambiare modello contrattuale con il cliente: non più il tradizionale incarico di mediazione, una particolarità quasi esclusivamente italiana, che dà il diritto a richiedere provvigione sia all'acquirente sia al venditore ma un mandato da una delle parti; di solito lo conferisce il venditore ma ci sono anche strutture specializzate nella ricerca di immobili per conto di un potenziale compratore: secondo Danielli e Stanzani a commissioni più basse - con il mandato paga solo chi conferisce l'incarico - farebbe da contraltare una maggiore penetrazione del mercato grazie anche a garanzie deontologiche più elevate. Anche per il presidente dei mediatori di Fimaa Milano Vincenzo Albanese è questa la strada da percorrere, perché l'agente immobiliare deve trasformarsi sempre più in un consulente che valuta l'immobile secondo standard affidabili e riconosciuti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**L'IDENTIKIT**

Il giro d'affari delle agenzie in franchising.  
 Fatturato in milioni di euro



**NOI & GLI ALTRI**

Gli agenti immobiliari: un confronto europeo

	Compravendite per agente	Compravendite In agenzia	Commissioni Medie	Tipologia contrattuale
Austria	5,8	85,0%	4,5%	Med.
Belgio	6,2	65,0%	4,0%	Mand.
Danimarca	13,0	90,0%	4,0%	Mand.
Finlandia	13,7	80,0%	4,0%	Mand.
Francia	5,9	40,0%	7,0%	Med.
Germania	19,3	80,0%	4,0%	Med.
Gran Bretagna	14,0	80,0%	3,5%	Mand.
Irlanda	3,4	50,0%	2,0%	Mand.
Italia	4,3	45,0%	5,0%	Med.
Lussemburgo	4,1	70,0%	3,0%	Mand.
Olanda	10,5	85,0%	1,5%	Mand.
Spagna	7,3	50,0%	5,0%	Mand.
Svezia	22,5	80,0%	5,0%	Mand.

Med: incarico di mediazione (doppia provvigione);  
 mand: mandato (provvigione solo da chi conferisce il mandato)

Fonte: Indagine Otib CCIAA Monza e Brianza 2015

**LE PROSPETTIVE**

Il mercato potenziale degli agenti immobiliari

	Agenzie	Compravendite reali nel 2015	Compravendite potenziali per ogni agenzia
Milano*	4.365	43.542	10,0
Roma	4.353	39.083	9,0
Torino	2.125	22.114	10,4
Genova	1.066	7.988	7,5
Napoli	1.010	14.317	14,2
Firenze	989	8.794	8,9
Bologna	949	10.219	10,8
Palermo	449	7.894	17,6
Italia	39.490	448.893	11,4

\*comprende anche Monza e Brianza

Fonte: elaborazione Corriere Economia su dati Unioncamere e Agenzia delle Entrate