

MedioFimaa, il primo canale esclusivamente dedicato agli agenti immobiliari e ai mediatori creditizi iscritti a **Fimaa**, è nato nell'ottobre del 2006 dall'incontro della Federazione e **Unicredit**, con il principio fondante di dare all'agenzia immobiliare centralità, cioè renderla il luogo preposto per l'incontro della convergenza dei servizi immobiliari e creditizi.

Già nei primi mesi MedioFimaa è cresciuta sull'intero territorio nazionale dando vita, con circa 6.000 aderenti, al più esteso network italiano del settore. Alla fine del 2008, MedioFimaa, attrae capitali esteri e raggiunge l'accordo per l'ingresso nel capitale di un nuovo socio: la Compagnia di Assicurazione **Allianz**, leader europeo e presente sul mercato italiano principalmente con i marchi Allianz Ras e Allianz Lloyd Adriatico.

A spiegare quale sarà l'evoluzione di MedioFimaa per la nuova Era della mediazione creditizia, cioè post D.Lgs. 141, è il presidente **Mauro Danielli**.

“Sin dalla nascita del nostro modello, abbiamo sempre avuto in mente ben chiaro la centralità del luogo agenzia immobiliare per far convergere i servizi immobiliari in senso stretto, quelli creditizi e quelli assicurativi. Questo perché siamo convinti che da questo ne nascano due vantaggi fondamentali: uno economico e uno di immagine”.



Cosa intende per vantaggio economico?

Per il luogo agenzia immobiliare il beneficio economico lo possiamo riassumere sotto la voce Royalty. Proviamo a capire quali sono i potenziali: possiamo stimare in 2 miliardi e 400 milioni, nel suo complesso, il mercato delle Royalty. Questa cifra è composta da circa 2 miliardi di euro di ritorno dal mercato immobiliare (il 4% di 50 miliardi di euro intermediati dagli agenti immobiliari) più circa 300 milioni di euro che arrivano dal mercato dei mutui (circa il 2% di 15 miliardi di euro intermediati dagli intermediari) e circa 100 milioni dalle polizze assicurative CPI (circa il 20% di 400 milioni intermediati dagli operatori). Queste tre attività possono essere concentrate in questo luogo in modo da sfruttare al massimo le potenzialità ed aumentare quindi il complesso dei ritorni per l'agenzia.

Invece per immagine cosa intende?

Il luogo agenzia immobiliare, con marchio MedioFimaa, ha un vantaggio di immagine perché si mette l'agenzia nella condizione di avere maggiore consapevolezza di se, di far parte di un network identitario e permette anche al consumatore di avere una migliore percezione del luogo agenzia, come un posto dove può trovare anche l'omologazione anche dei comportamenti e una facilitazione dei processi.

Facciamo un salto in avanti di quattro anni e arriviamo a ottobre 2010. Come vi siete comportati fino a oggi?

Noi abbiamo sempre lavorato per dare centralità al luogo agenzia immobiliare, mentre l'agente immobiliare non lo abbiamo mai percepito come un tuttologo, che può vendere, oltre al servizio immobiliare, anche il servizio creditizio ed assicurativo. Per noi l'agente immobiliare veste i panni del professionista per la vendita dei servizi immobiliari, e quelli manageriali per fa interagire nel luogo agenzia tutte quelle figure professionali competenti per rafforzare il proprio servizio complessivo. E in questo MedioFimaa è un facilitatore del processo di convergenza di tutte le figure all'interno dell'agenzia. In quest'ottica negli ultimi mesi abbiamo costituito MedioFimaa Insurance che svilupperà quei servizi assicurativi che sarà la terza possibilità per le Agenzie.

Con il D.Lgs. 141 cambiano le regole del gioco. Come vi siete adattati?

Mantenendo inalterati in nostri principi ispiratori, e cioè quelli legati alla centralità dell'agenzia immobiliare, MedioFimaa diventa sempre più promotore della filiera tra mediatore creditizio e agente immobiliare. Vuol dire che sparisce la segnalazione diretta degli agenti immobiliari alla banca e rientra con più forza la professionalità del mediatore creditizio, o dei suoi collaboratori, all'interno dei servizi offerti dall'agenzia.

Come si esplicherà concretamente questa presenza all'interno delle agenzie?

Su questo punto specifico abbiamo, e stiamo facendo degli studi approfonditi, e questa sarà una parte fondamentale del nostro piano industriale. Sarà una figura legata a MedioFimaa ma i particolari potremo svelarli solo nei prossimi mesi.