

L'INDAGINE Così è cambiato il ruolo del venditore di case: deve occuparsi di tutto

Ecco l'agente immobiliare 3.0: un consulente legale e ambientale

In Europa il settore ha un giro d'affari di 35 miliardi. In Italia (quinto mercato continentale) il fatturato è di oltre 2 miliardi
di **Federica Fenaroli**

■ Ammontano a oltre 4,1 milioni le case compravendute in Europa nel 2014: per le agenzie immobiliari, il giro d'affari è pari a quasi 35 miliardi di euro. L'Italia, con oltre due miliardi di euro di fatturato, si posiziona al quinto posto a livello europeo, dove, oltretutto, si contano 175mila agenzie e un network costituito da 275mila agenti immobiliari (+62,4% rispetto al 2008) che vendono in media dieci abitazioni in un anno e che, oggi, utilizzano sempre di più portali e canali di informazione digitale. Non stupisce quindi che il 69% delle compravendite in Europa, e il 54% di quelle in Italia, derivi da pubblicità e annunci sul web. Questi sono solo alcuni dei numeri dell'indagine, disponibile integralmente sul sito mb.camcom.it, "Dalla

Brianza all'Europa: come nasce e si evolve l'agente immobiliare 3.0" realizzata dalla **Camera di commercio di Monza e Brianza** attraverso l'Osservatorio immobiliare e ufficialmente presentata lunedì negli spazi del Belvedere della Reggia di Monza: sotto analisi il ruolo dell'agente immobiliare e la sua evoluzione in tredici stati del vecchio continente (eccoli: Austria, Belgio, Germania, Danimarca, Spagna, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Olanda, Svezia e Regno Unito). La graduatoria dei primi cinque paesi per livelli di fatturato vede in testa saldamente Regno Unito, seguito da Francia e Germania. Si compravendono più case in Svezia (22,5), Germania (19,3) e Regno Unito (14,0), di meno in Irlanda (3,4), Lussemburgo (4,1) e Italia (4,3). La maggior parte del fatturato delle agenzie europee proviene da attività di compravendita, seguita da quella dell'affitto (insieme raggiungono il 57%), il 30% dei ricavi proviene da attività di valutazione e di

advisoring, ed il 13% da altre attività, fra cui consulenza ed intermediazione del credito. «L'agente immobiliare del giorno d'oggi - ha dichiarato Mauro Danielli, presidente dell'Osservatorio del territorio e degli immobili della Brianza dell'ente camerale locale - è un vero e proprio consulente che non può più solo occuparsi dell'andamento dei prezzi, della valutazione immobiliare e di promuovere il suo portafoglio prodotti, ma deve proteggere il cliente, facendo percepire il valore dei propri servizi, che sono di natura legale, edile, urbanistica ed ambientale. Per questo rivestono un ruolo rilevante le politiche associative e la capacità di fare formazione». «Il marketing immobiliare è connesso al marketing territoriale - ha aggiunto **Carlo Edoardo Valli**, presidente della Camera di commercio Mb - Il professionista immobiliare lavora direttamente sui territori. Opera come promoter: vendendo gli immobili vende indirettamente quel territorio». ■



I relatori al convegno degli immobiliare Foto Fabrizio Radaelli

