

Agenzia, centro di assistenza

Offerti ai clienti servizi sempre più completi e convenienti

L'agenzia immobiliare diventa un centro di assistenza completa per il cliente. Un punto in cui si potrà scegliere la casa dei propri sogni, ma anche accendere un mutuo, un leasing o sottoscrivere una polizza assicurativa alle migliori condizioni di mercato. Lo ha disposto la Fimaa (Federazione italiana mediatori agenti d'affari) che aderisce alla Confcommercio e conta oltre 9.000 iscritti che oggi vuole qualificare professionalmente in linea con le esperienze consolidate delle più evolute associazioni europee. In pratica verrà creata una "newco" partecipata da Fimaa-Servizi srl, unitamente a partner bancari e assicurativi che metterà a disposizione degli associati prodotti finanziari, tarandoli sulle effettive aspettative dei consumatori finali. La federazione, che si avvale come advisors per gli aspetti giuridico societari finanziari e gestionali del Gruppo Mythos e di Parsec Finance-euroMerger, è partita alla ricerca di partner bancari e assicurativi di primario livello interessati a partecipare nel capitale della New.co. Attraverso questa solida partnership l'obiettivo è quello di trasformare l'agenzia immobiliare in un centro di assistenza completa per il cliente finale dove l'agente immobiliare, direttamente o con il supporto di competenze specializzate (per esempio un mediatore creditizio) sarà in grado con efficacia e tempestività di presentare tali prodotti.

«Per un agente immobiliare moderno ci vogliono servizi che gli permettano di stare sul mercato in modo competitivo. Il mercato immobiliare italiano - dice Mauro Danielli, presidente vicario della federazione e motore dell'iniziativa, - ha visto il 2004 chiudersi con oltre 850 mila transazioni e con un fatturato di circa 150 miliardi di euro. Siamo in linea con la

dinamicità dei mercati europei più evoluti, ma la prestazione di servizi da parte degli agenti immobiliari italiani è ancora a basso valore aggiunto. C'è quindi un ampio spazio per l'affermazione di nuove modelli "a rete" con offerta di servizi più innovativi».

Già oggi Fimaa, girando "al minimo", è stata capace di risultati significativi. Nel 2004, infatti, le convenzioni nazionali della federazione in essere (Unicredit Banca, Bnl, Banca Intesa) hanno generato l'erogazione di mutui per 500 milioni su un merca-

to di circa 50 miliardi. Questo nuovo progetto si concretizza nella attuale strategia di Fimaa oggi orientata a fidelizzare al massimo i propri associati mettendoli in condizione di essere percepiti come centri di eccellenza dove il consumatore finale

trova servizi a valore aggiunto e non solo attività di pura intermediazione.

«In questa logica, - prosegue Danielli - Fimaa sta anche studiando, con l'assistenza del Gruppo Mythos, alcuni prodotti di matrice fiscale e tributaria al fine di dare massima assistenza e trasparenza su tali problematiche che spesso rappresentano grossi problemi nelle le transazioni immobiliari. Le oltre 9.000 agenzie federate esprimono un potenziale enorme di business per banche e assicurazioni, eventuali partner dell'iniziativa. Basti pensare che il "business plan" prevede molto prudenzialmente, con l'avvio nel 2006, una percentuale iniziale di adesioni stimate al 15% degli attuali iscritti, per raggiungere i 7.000 nel 2010, tenendo conto di una crescita degli aderenti Fimaa stimata all'1,5% annuo». Gli "agenti immobiliari evoluti" che utilizzeranno i servizi offerti dalla newco guadagneranno in base alle commissioni sulle vendite originate che i partner retrocederanno alla nuova struttura, mentre gli introiti che ne deriveranno alla federazione saranno utilizzati per nuove iniziative di qualificazione degli associati e ulteriore sviluppo della Fimaa. «Banche e assicurazioni devono tener presente - conclude Danielli - che gli agenti immobiliari, oggi in Italia contattano ben il 75% dei possibili interlocutori che acquistano una casa e concludono poi il 50% degli affari di compravendita». Il progetto prevede l'erogazione di circa 4.000 mutui al primo anno con un "ticket" medio di 110.000 euro. Il valore erogato per agenzia, ipotizzando prudenzialmente un numero di sei mutui annui per ciascuna agenzia, è di circa 0,45 milioni al primo anno. Tutto questo fa sì che il "net present value" della newco sia stimato in 66 milioni di euro.



Si leggono i cartelli e poi si chiama l'agenzia: sono i primi passi per il grande acquisto (Cdg)