

PROFESSIONISTI | MONDO IMMOBILIARE
MEDIATORI

Agenti immobiliari al bivio: aggregazioni indispensabili

Da una ricerca Fimaa emerge un'attività troppo frammentata che deve investire in strumenti e formazione

Maria Chiara Voci

■ La parola d'ordine per non soccombere è investire. In tecnologia, innanzitutto, ma anche in formazione del personale e nella creazione di piattaforme per lavorare in rete. È questa la scommessa per le agenzie immobiliari, a fronte di una crisi che galoppa e che, nel mercato del mattone, sconta in Italia un dimezzamento nel volume delle transazioni rispetto al 2006, anno di picco dopo dieci anni di crescita costante.

A indicare la strada per sopravvivere è un'indagine promossa dalla **Fimaa Torino** ed elaborata dallo **Studio Lascar** su un campione di 194 associati, rappresentativo della realtà italiana. «L'esigenza di una ricerca – spiega Alessandro Berlincioni, presidente della federazione torinese, che conta un migliaio d'iscritti – è nata dalla necessità di conoscere meglio le dinamiche innescate dalla crisi e dal contemporaneo cambiamento repentino e radicale dello scenario operativo e gestionale delle agenzie».

Ciò che emerge, fra i dati, è innanzitutto la frammentazione delle attività. Il 90,7% del settore è costituito da agenzie autonome con sede unica, contro un 4,3% di franchising e un 5% di filiali. Una parcellizzazione che si ripercuote anche nell'organizzazione dei servizi. «Dalla fotografia – prosegue Berlincioni – spicca una tendenza molto chiara: i modelli più efficaci, che resistono alla crisi, sono quelli che hanno deciso di investire in professionalità, informatizzazione dei

processi lavorativi, formazione, aggiornamento e forme di collaborazione tra colleghi». In particolare, il flusso delle collaborazioni è cresciuto negli ultimi anni per il 50% dei soci interpellati e via via iniziano a essere utilizzate le piattaforme, che consentono ai mediatori di condividere alcuni incarichi, a fronte di un riconoscimento di provvigioni e di abbattere, ad esempio, tempi e costi della contrattazione. «Essenziale, in questo senso, è il ruolo svolto dalle federazioni, che garantiscono sulla serietà degli associati da inserire nel network», conclude **Fimaa Torino**.

Gli stessi risultati piemontesi erano emersi da una ricerca diffusa nel 2010 dalla **Fimaa di Milano** ed elaborata sempre dallo **Studio Lascar**. «In un mercato – spiega il vicepresidente **Mauro Danelli** – composto principalmente da realtà piccole, nell'80% dei casi al di sotto dei quattro addetti, si è notato che non erano necessariamente le imprese nate di recente a soffrire di più. Al contrario spesso realtà con oltre dieci anni di presenza alle spalle dimostravano poca flessibilità rispetto a realtà giovani e più dinamiche. Inoltre, se il 40% degli intervistati confermava di essere pronto a investire, un altro 40% si dimostrava attendista e passivo di fronte alla crisi. Atteggiamento che non genera ritorni».

Stessa analisi arriva dalla **Fimaa nazionale**. «La maggiore difficoltà – spiega il presidente **Valerio Angeletti** – si registra nelle grandi città o nei centri turistici, dove c'è più concorrenza. Qui più che altrove è necessario investire per crescere. Al contrario, oltre alle chiusure, ciò che registriamo in modo crescente è la tendenza alla riduzione degli organici. Una scelta spesso deleteria, che magari dà ossigeno nell'immediato, ma non paga sul lungo periodo. Al contrario, è importante uscire dall'isolamento,

scommettere sull'uso della Rete, su un'offerta sempre più integrata oltre che su annunci corredati da belle fotografie ed elaborati in modo coerente con l'esigenza di posizionamento sul web».

© RIPRODUZIONE RISERVATA
SU INTERNET

Le agenzie si affidano al marketing
www.casa24plus.it/mondo-immobiliare

L'identikit

Sintesi dei dati che emergono dall'indagine Fimaa Torino sulle agenzie immobiliari

Previsioni (% sul totale)

Riduzione di organico



Organico invariato



Reclutamento nuovi collaboratori


Incarichi (% in portafoglio)

Interamente in esclusiva



Prevalentemente in esclusiva



Pochi (o nessuno) in esclusiva


Invenduto (% in portafoglio)

< 30 per cento



30-50 per cento



50-70 per cento



> 70 per cento


FONTE: Fimaa Torino