

LA MUTAZIONE GENETICA

di Marcella Persola

La soluzione si chiama servizi e certificazione. Sono questi gli elementi che faranno la differenza nel mercato immobiliare nei prossimi anni. Il dibattito sul futuro delle agenzie immobiliari si è aperto ed è molto vivace. Da una parte l'abolizione del ruolo porta inevitabilmente a una maggiore liberalizzazione della professione, seppure da alcuni sia considerata alquanto selvaggia, dall'altra un mercato che inizia a dare segnali di raffreddamento, e che inizia a fare selezione. Come possono gli agenti immobiliari rispondere alle prossime sfide che li aspettano? Le principali associazioni di categoria (**ANAMA, FIAIP, FIMAA**) non sembrano avere dubbi al riguardo. Puntare sui servizi e sulla certificazione. Le stesse associazioni si stanno muovendo proprio in quest'ottica.

In particolare si stanno muovendo per garantire ai propri associati dei servizi che rappresentino un vero e proprio valore aggiunto. FIMAA, ad esempio con la creazione di **Mediofima** si è mossa propria in quest'ottica. «Abbiamo pensato che grazie a questa società i nostri associati potevano offrire ai propri clienti un servizio professionale e completo, diretto ed immediato» afferma **Mauro Danielli**, presidente vicario di FIMAA Milano. Gli aderenti FIMAA in questo modo hanno la possibilità di fornire alla loro clientela anche una consulenza specialistica finanziario/assicurativa. E sono in grado di proporre prodotti complementari e sinergici alla compravendita immobiliare come mutui, assicurazioni, lea-

sing, prestiti. Esempio seguito dalle altre associazioni. Anche ANAMA si sta muovendo in quest'ottica con **ANAMA SERVIZI**, nuovo braccio commerciale dell'associazione nata al fine di assicurare agli aderenti tutta una serie di vantaggi, che sarà operativo da marzo 2008. «Con Anama Servizi» racconta **Paolo Bellini**, presidente di ANAMA «i nostri associati disporanno di tutta una serie di servizi, come mutui selezionati, che abbiano un buon rapporto rata/reddito, coperture assicurative sia per i professionisti, sia per i consumatori, modulistica di legge e molte altre agevolazioni come riduzione dei costi per voli aerei, telefonia fissa e cellulare». Questo perché sposare la logica di sinergie tra campi affini è una delle strade inevitabili da se-

guire. L'altra alternativa per contrastare questa fase di mercato e di evitare di essere preda della frammentazione è la specializzazione. «Una possibilità da seguire è quella di perseguire la specializzazione. Per esempio creando delle divisioni, all'interno dell'organizzatore del mediatore in grado di seguire con efficienza e professionalità determinati comparti immobiliari, oppure specializzarsi per clientela» suggerisce **Riccardo E. Grassi**, professionista attivo da diversi anni nell'ambito immobiliare e autore del libro *“Intermediazione e mercato immobiliare”*. «Anche ricercare nuovi spunti può essere redditizio. Pensare a nuovi prodotti/servizi, a nuove fasce di clientela, a una immediata verifica dei risultati raggiunti nella zona geotopografica considerata con eventuale replicabilità in altre aree di interesse» continua Grassi. «In tale ottica i nuovi spunti potranno coinvolgere una serie di attività siamesi (mediazione creditizia, trading immobiliare, ecc...) con lo scopo di

implementare i servizi di intermediazione di base arricchendoli e corroborando i margini economici dell'agenzia». Oltre i servizi, però, anche la certificazione può essere una buona risposta alle dinamiche attuali del mercato immobiliare. Seppure il dibattito intorno all'utilità o meno della certificazione di qualità sia abbastanza acceso tra gli operatori. «Nel futuro sarà sempre più importante la certificazione» sottolinea **Franco Arosio**, presidente di FIAIP «e sono sicuro che rappresenterà un vero e proprio valore competitivo perché poter comunicare di esse-

re un'azienda certificata, pone un'indiscutibile valore oggettivo che distingue l'operato e l'impegno dell'agenzia nei confronti della concorrenza, alzando il livello di fiducia nel cliente finale». Infatti la federazione presieduta da Arosio sta promuovendo da qualche mese ai suoi associati la certificazione e in quattro mesi di attività la risposta è stata abbastanza positiva. «Bisogna sostenere la certificazione di qualità perché premia chi opera correttamente» conferma Danielli. Ma non si tratta solo di vantaggi di immagine, anche operativi. «Un'agenzia certificata avrà un livello organizzativo interno ottimale, con condivisione delle informazioni ed un'uniformità di lavoro che porta notevoli benefici: tutte le pratiche vengono gestite allo stesso modo e con gli stessi requisiti, il personale è controllato, gli errori possono essere previsti (dunque evitati) e sono disponibili dati di analisi che consentono di individuare i campi di miglioramento» precisa Arosio. «La certificazione dà la sensazione al consumatore di rivolgersi a un professionista affidabile, che applica delle regole chiare» aggiunge Bellini. Ma l'aspetto più interessante è capire cosa ne pensano gli operatori «sul campo». Sul blog delle agenzie immobiliari (www.blogagenzieimmobiliari.it) gli internauti sottolineano che sarebbe interessante capire da chi ha già intrapreso il percorso della certificazione se e come è migliorato il loro modo di operare a seguito della certificazione. La questione principale è capire se la certificazione **ISO 9001** non sia un *business* vuoto, un contenitore senza significato, una nuova panacea di tutti i mali del settore immobiliare. E il dibattito è più acceso che mai. Se da una parte vi sono coloro che sostengono che nel *business* immobiliare, così come in altri mercati legati al settore dei servizi la componente principale sia data dalla relazione, difficilmente certificabile, dall'altra ci sono altri operatori che sottolineano che la certificazione consente di presentarsi al cliente indicando in modo più limpido, e

chiaro che il proprio modo di operare si rifà a delle regole comuni, condivise. Altri sottolineano che la garanzia della certificazione avvicina i colleghi per collaborare meglio e permette al cliente di distinguere tra chi si assume degli impegni e chi fa solo chiacchiere. Inoltre un altro elemento importante è che la certificazione oltre ad essere ottenuta, va mantenuta. Questo vuol dire che chi decide di intraprendere tale percorso deve dimostrare anno per anno di operare secondo *standard* uniformi e qualitativamente approvati. Un modo di operare che all'estero funziona perfettamente. In paesi più avanzati del nostro, come ad esempio, la Germania gli operatori del mercato immobiliare sono chiamati alla certificazione e non c'è nessuna obiezione riguardo questo modo di operare. Anzi: gli stranieri che vengono in Italia richiedono alle agenzie se sono certificate proprio perché



Mauro Danielli, vicepresidente vicario FIMAA Italia

ritengono che la certificazione sia sinonimo di qualità. Peccato che gli operatori italiani non se ne siano resi ancora conto e che stiano ancora aspettando che qualcuno dia loro la bacchetta magica per risolvere il problema. **A**

“ **Servizi certificati: la nuova frontiera qualificante gli agenti immobiliari e mediatori** ”

Danielli:
Mediofima
dà ai nostri associati
la possibilità di formulare ai clienti un'offerta completa.
Bellini:
ANAMA sposa la logica sinergica e di maggiore “focus”.
Arosio:
la qualità è premiante.