

La difficile congiuntura economica e finanziaria spinge gli operatori immobiliari ad allargare la loro offerta servizi

Arriva il consulente multitasking

I mediatori sfruttano la forza del proprio marchio e del loro network per entrare in nuovi campi

Il mercato immobiliare italiano sta mutando forma con velocità e costanza da due anni. Ormai è un dato di fatto: il settore sta procedendo sempre più verso competenza, qualità e specializzazione per fare spazio a professionisti e consulenti preparati, aggiornati e spesso legati a marchi riconosciuti che, per la clientela, sono garanzia di compravendite trasparenti e sicure. Sì, se gli operatori del real estate stanno cambiando abitudini per cercare di migliorare e di svecchiare il mestiere per evitare di rimanere intrappolati nel passato, i consumatori sono molto più avanti nel processo e, per questo, maggiormente consapevoli di ciò che vogliono da una consulenza immobiliare. Tali profonde trasformazioni sono state generate, come è logico, dalla critica congiuntura economica mon-



vendita in collaborazione sia in Italia sia all'estero - di poter creare dei megastore del real estate appoggiandosi alle aziende specializzate che compongono Frimm Holding. «Già, perché più si andrà avanti, più le agenzie dovranno diventare dei negozi "One Stop Shopping" in cui il cliente non soltanto potrà acquistare la casa dei propri sogni ma anche avere la possibilità di procedere a un acquisto di sostituzione, di trovare un'ottima ditta di traslochi o magari il consulente con cui poter realizzare un impianto fotovoltaico», spiega Roberto Barbato, presidente di Frimm Holding S.p.A. «I tempi cambiano e, insieme con le professionalità, si deve adeguare anche l'ambiente in cui queste ultime si muovono. E sono certo che dare al cliente la possibilità di trovare tutto il necessario per un dato comparto in un unico negozio, con un unico consulente, incontrerà le esigenze del mercato».

Se gli operatori del Real estate stanno cambiando abitudini per cercare di svecchiare il mestiere, i consumatori sono molto più avanti nel processo e, per questo, maggiormente consapevoli di ciò che vogliono da una consulenza

diale e dal diverso modo di approcciare il mercato - e di muoversi al suo interno - che ha generato la diffusione di internet. E sarà proprio chi riuscirà a leggere tra le righe di questa crisi, capendo che il momento difficile nasconde più opportunità che problemi, che si troverà avvantaggiato quando il periodo negativo finirà. La prima risposta che i mediatori immobiliari trovano all'attuale situazione è quella di entrare in un network per sfruttare, lo dicevamo, la forza di un marchio riconosciuto e affidabile dando il via, al contempo, a un percorso di crescita profes-

sionale legato alla formazione offerta dall'azienda che gestisce il network stesso. Non solo, nel settore sta prendendo sempre maggior peso la figura del Consulente immobiliare che gestisce contemporaneamente un portafoglio di clienti e uno di immobili sapendo trattare tanto una compravendita quanto i servizi per i privati come, ad esempio, i traslochi, i servizi per le aziende e gli impianti per le energie rinnovabili. In questo senso, uno dei network che si fa trovare al passo coi tempi è quello di Frimm perché propone ai propri operatori - tutti dotati di sistema Multiple listing service (MLS) per la compra-

Sta prendendo sempre maggior peso la figura del Consulente immobiliare che allo stesso tempo gestisce un portafoglio di clienti e uno di immobili trattando tanto una compravendita quanto i servizi per i privati

Adiconsum e Fiaip lanciano il primo ente bilaterale italiano del settore che intende dare trasparenza e conciliazione al comparto immobiliare

Casa: arriva Mediaconsum per tutelare i consumatori

Garantire assistenza ai consumatori alle prese con gli acquisti immobiliari, fornire maggiore trasparenza nel settore della mediazione immobiliare e creditizia. Questo è lo scopo di MediaConsum, il primo ente bilaterale italiano, lanciato da Adiconsum e Fiaip, del settore che intende dare tutele e garanzie a consumatori e agenti immobiliari, realizzando un nuovo modello di concertazione nel comparto immobiliare e creditizio. Fra i principali servizi che MediaConsum offrirà, ci saranno la formazione specifica degli operatori, la verifica dei contratti offerti al pubblico, la garanzia ai consumatori di un'informativa chiara e completa in tutte le fasi del contratto, il supporto alla

gestione dei reclami e l'accesso a conciliazione e mediazione per la risoluzione rapida, e a costi contenuti, dei problemi fra consumatori e agenti immobiliari. «In questo momento di crisi, - ha detto il presidente nazionale Fiaip Paolo Righi - cerchiamo di sostenere il mercato immobiliare non chiedendo soldi, perché la ripresa non avviene mediante finanziamenti pubblici ma con leggi che permettano di accedere al mercato con minore tassazione. Abbiamo bisogno di ricostruire un percorso etico che porta il cliente ad acquistare una casa con tranquillità». Di fronte alla compravendita immobiliare, argomenta Righi, il cittadino fondamentalmente è solo davanti a una normativa

che non conosce. «Se non creiamo un percorso che lo avvolga in un'aura di sicurezza - afferma il presidente Fiaip - il mercato difficilmente potrà ripartire». Si tratta di un mercato attualmente fermo, dove le compravendite fanno ancora registrare segno negativo, e a prezzi stabili. Un mercato dove non può essere ignorato il fenomeno degli agenti immobiliari abusivi. Secondo le stime date dal presidente Fiaip, su circa 700 mila transazioni effettuate ogni anno, gli abusivi sono (per difetto) circa 53 mila e si fanno pagare in nero, per una cifra stimata in 450 milioni di base imponibile.

DT



Per l'inserimento di ordinanze rivolgersi a System Comunicazione Pubblicitaria: legale@ilsole24ore.com