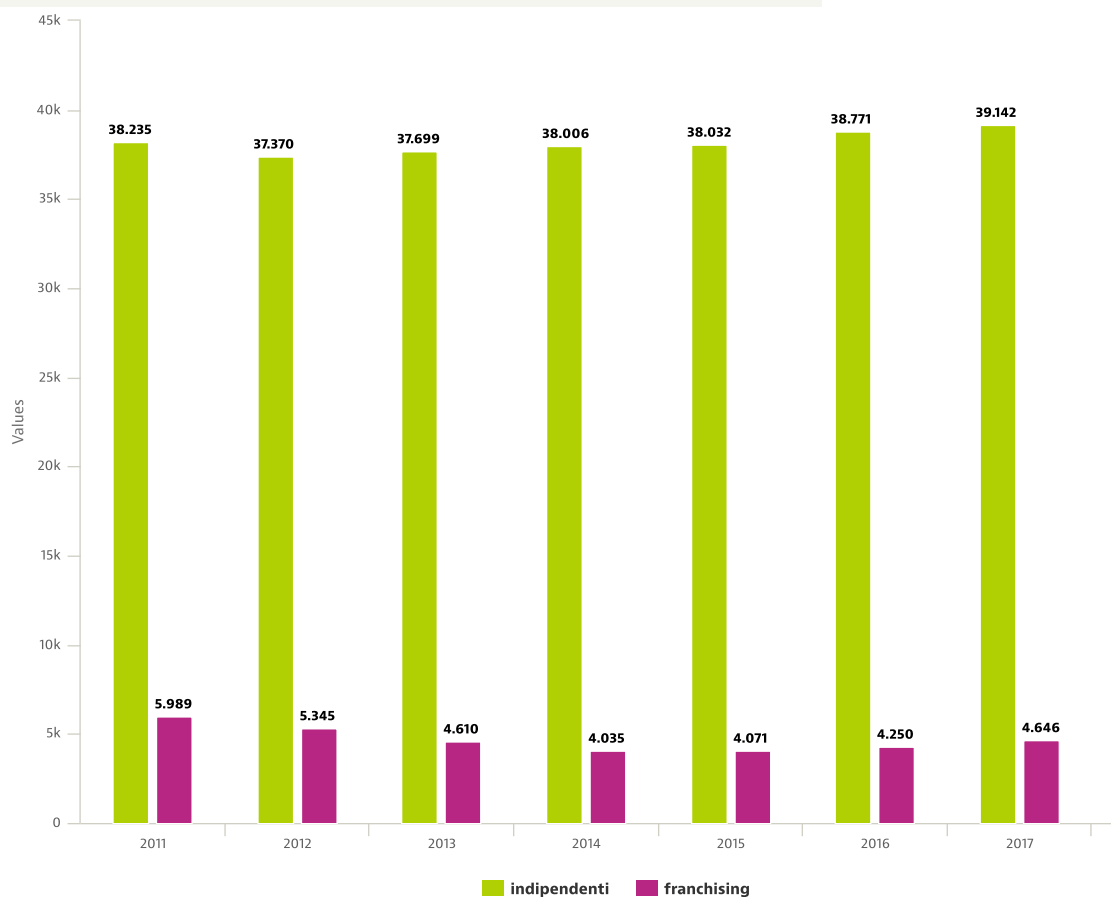


La professione dell'agente immobiliare ai raggi X

idealista

Andamento agenzie immobiliari 2011-2018



➔ Condividi

gerardopaterna.com

Autore: floriana liuni

04 dicembre 2018, 10:20

Aumentano gli operatori, aumenta il franchising, ma la collaborazione non è ancora parte della professione. L'agente immobiliare ai raggi X dell'edizione 2018 del **report Reti e Aggregazioni Immobiliari 2018**, anticipato all'evento Sinergie, racconta di un contesto che cresce insieme alle compravendite immobiliari, ma che conferma alcune lacune culturali nonostante le eccellenze in campo. Il **consulente e blogger immobiliare Gerardo Paterna** commenta le evidenze del report con idealista/news.

I numeri del report

La crescita del **numero di compravendite immobiliari** ha trascinato in terreno positivo anche il settore dell'intermediazione che ha visto crescere sia il numero complessivo degli **operatori** nel 2018 (44.941, **+2,56% rispetto al 2017**) che del **franchising** (4.905, **+5,28% rispetto al 2017**). Il **franchising immobiliare coinvolge il 10,91% del settore**. Le reti ancora sofferenti sono quelle che, falcidiate dalla crisi degli scorsi anni, rimangono dimensionalmente sotto i 100 presidi territoriali.

Il tema della **collaborazione tra agenti rimane invece sul tavolo delle opportunità non comprese**, nonostante i casi di successo e le aziende che da molti anni lavorano sia sul piano culturale che tecnologico per favorire lo scambio di informazioni tra gli operatori professionali. Il dato 2018 registra un **-13,65%** relativo agli agenti immobiliari che utilizzano modalità e tecnologia collaborativa passando dai 3.427 del 2017 ai 2.959 del 2018.

Agenti immobiliari, la rete non regge alla crisi

“Il dato sul franchising dice che, sebbene in assoluto non si tratti di grandi numeri, il miglioramento rispetto agli anni della crisi si è visto – commenta **Gerardo Paterna**. – Tuttavia il fatto che durante la crisi il sistema rete non abbia tenuto fa specie: sarebbe stata necessaria allora, infatti, una struttura di protezione per il professionista. Solo brand come **Soloaffitti**, che si è specializzata in un segmento specifico, ha tenuto negli anni della crisi, oppure **Remax**, che sta crescendo a ritmi importanti grazie al modello di studio associato che dimezza i costi, con meno punti vendita ma più collaborazione”.

A questi elementi positivi, in controtendenza rispetto alla contrazione degli anni più bui, fa da contraltare un elemento negativo. **“L’uso delle piattaforme Mls, utili per la condivisione di informazioni tra operatori, è crollato: si è registrato oltre il -13% nell’utilizzo – segnala Paterna. – Una perdita fisiologica, perché con l’aumento delle compravendite si è persa la motivazione a collaborare. Ma d’altra parte in Italia non si sono mai utilizzati molto questi sistemi, che sono più tipici della realtà statunitense. A parte REplat, attiva in Italia da 20 anni e appoggiata da un’istituzione come Fiaip, altri sistemi non sono molto usati”.**

Perché usare le piattaforme Mls nella professione di agente immobiliare

Cosa si oppone all’uso di piattaforme di collaborazione tra agenti immobiliari? “Certo non il costo di utilizzo, o la difficoltà – risponde Paterna. – Si tratta piuttosto della **forma mentis dell’agente immobiliare**, abituato a collaborare solo in modo opportunistico ma non strutturato. Eppure **negli Stati Uniti due vendite su tre vengono realizzate tramite Mls**: magari si riducono le provvigioni, ma **si aumenta il numero di compravendite**. In Italia invece si preferisce vendere più lentamente, ma mantenere intatte le provvigioni”.

Un’occasione persa, perché il vantaggio secondo Paterna potrebbe essere duplice. “Da un lato un **maggiore dinamismo anche nelle transazioni in provincia**, perché oggi (mercato milanese a parte) ci vogliono sei-otto mesi per vendere un immobile. Dall’altro la creazione di un collante virtuoso per fare degli **agenti immobiliari una vera e propria categoria** strutturata”.

Tre comandamenti per gli agenti immobiliari del futuro

Quale ricetta per il futuro della professione? “Tre pilastri – elenca Paterna: - da un lato una **maggiore comunicazione**, perché l’agente oggi usa poco o male i social o i video per promuovere se stesso (magari lo fa solo per far vedere l’immobile). In secondo luogo, una **maggiore collaborazione tramite network e piattaforme Mls** che possono consentire più confronto, più coesione di categoria. Infine, **formazione e aggiornamento continuo** nell’ottica dell’ottenimento di uno **standard comune di servizio**. Tutto ciò garantirebbe una migliore presenza sul mercato e una migliore reputazione”.

La reputazione dell’agente immobiliare

Perché oggi la **reputazione dell’agente immobiliare** è a rischio? “Oggi la percezione di categoria non è alta- risponde Paterna. - Tendenzialmente l’agente è visto come un costo, come un **professionista poco preparato, in definitiva non necessario**. Ovviamente c’è chi lavora bene, ma non esistendo uno standard unico, una sorta di certificazione, il cliente non sa mai chi si troverà di fronte entrando in agenzia”.

Quali sono i **comportamenti da evitare**? “Uno **studio di Remax** ha evidenziato che secondo gli stessi agenti immobiliari ci sono ancora dei problemi nello svolgere la professione, che danneggiano la reputazione presso i clienti – risponde Paterna. - Ad esempio, rispetto all’utilizzo di software gestionali, c’è una larga maggioranza di agenti che ignora l’utilità di sistemi CRM e sono ancora in molti coloro che utilizzano fogli Excel o schede cartacee. I professionisti virtuosi e attenti a formazione e tecnologia sono circa il 15% del totale, a significare che c’è ancora molto da fare. Oggi poi l’idea è che l’agente immobiliare persegua il proprio interesse anziché quello del cliente, una sorta di “agency dilemma” che confonde il mercato. Su questi