

La conoscenza del settore immobiliare fa la differenza PRESENTE E FUTURO. L'EVOLUZIONE DI MEDIOFIMAA

Di Nicola Drittone

<L'anno 2009 che è terminato ha significato per il sistema immobiliare un momento di grave flessione che, soprattutto, per la categoria degli agenti e degli intermediari, è stata particolarmente pesante.>

Ad affermarlo è il Presidente del CdA di MedioFimaa con sede a Milano, società specializzata in servizi finanziari e assicurativi di Fimaa l'associazione in Italia più rappresentativa dei mediatori immobiliari e creditizi, Mauro Danielli agente immobiliare e mediatore creditizio sinonimo di preparazione competenza ma soprattutto conoscenza di un settore che in questo momento soffre una crisi congiunturale nel mercato immobiliare insieme al settore creditizio.

Negli ultimi anni le compravendite hanno registrato segni negativi?

<Purtroppo sì il mercato registra un saldo negativo. Pochi dati su tutti. Di fronte ad una riduzione contenuta delle quotazioni degli immobili c'è stato, in contrapposizione, un notevole arretramento nel numero complessivo delle compravendite che ha fatto registrare un dato negativo del 13%. Se sommiamo, a questa già consistente perdita, quelle verificatesi nel 2008 e nel 2007, la diminuzione complessiva negli ultimi tre anni ha raggiunto il 33%. In pratica siamo passati dalle 850 mila compravendite del 2006 alle attuali 600 mila (dato peraltro ancora provvisorio)>.

Quale secondo lei, i contraccolpi per la categoria?

<Questi risultati per gli agenti immobiliari, che vivono non sui prezzi, ma sui volumi intermediati, sono conseguentemente drammatici e rappresentano un motivo di forte preoccupazione, neanche troppo mitigato dalla ripresa del mercato delle locazioni.

Personalmente poi avverto anche la sensazione di una perdita di peso 'ponderato' della categoria che finora intermediava circa il 50% delle operazioni complessive di compravendita: infatti in questa difficile congiuntura il consumatore è portato a contrarre al massimo le spese e, di conseguenza, a non avvalersi dei servizi delle agenzie immobiliari.



Mauro Danielli
Presidente MedioFimaa

A ciò aggiungerei, per il settore dei mediatori creditizi, una progressiva erosione nel numero di contratti di mutuo stipulati a favore del "sistema bancario" tradizionale>.

Quali contromisure lei ritiene siano valide per i network e le reti finanziarie?

<Ad oggi credo che le reti abbiano visto ridursi la loro penetrazione al 20% sul totale contro l'80% delle banche: una proporzione che ci allontana sempre più dall'estero dove invece i rapporti sono rispettivamente 60% - 40% a favore degli intermediari. Per questa ragione diviene fondamentale il ruolo di una struttura come MedioFimaa che agisce come un fattore di modernizzazione della rete. Per questa ragione abbiamo impostato una strategia multibrand multiprodotto aggiungendo al partner storico Unicredit altre cinque banche. Quello che abbiamo recepito dal sistema bancario è la volontà a riconsiderare il settore dei finanziamenti per la casa dopo l'abbandono degli ultimi mesi: finalmente ora le banche si stanno muovendo con target e obiettivi decisamente incoraggianti che ci inducono per il 2010 ad un certo ottimismo>

Secondo lei, la figura del mediatore creditizio è funzionale al sistema bancario o al fruitore del servizio?

<Vorrei se mi è consentito, riprendere una metafora non mia ma a me piace immaginare il mediatore creditizio come un taxi rispetto alla banche che invece è il treno.

Il treno infatti arriva alla stazione mentre il taxi arriva a casa del cliente; il treno ha degli orari fissi, il taxi è sempre disponibile; il treno fa un servizio per tutti il taxi per il singolo utente.>

Perché MedioFimaa?

<Noi come MedioFimaa siamo nati nel 2006 con un unico partner importante come Unicredit Group che ha partecipato alla compagine azionaria con il 10%; successivamente nel 2009 è entrata anche Allianz con una quota del 5%. Questi due importanti soci, insieme a Fimaa Italia, che rappresenta l'85% del capitale hanno contribuito a dare credibilità alla nostra storia. L'obiettivo che ci siamo dati è stato quello di esprimere la conoscenza e le conoscenze delle categorie degli agenti e dei mediatori creditizi.>

Conoscenza perché?

<Conoscenza è l'elemento di professionalità perché abbiamo introdotto una enorme conoscenza del mercato come indiemme di agenzie operanti in Italia.

Le agenzie rappresentano un mercato di 2 milioni di mq anche se non sempre il loro servizio è all'altezza delle istanze dei consumatori. Volevamo integrare al prodotto immobiliare il prodotto creditizio e quello assicurativo per rendere così più attraente l'offerta al consumatore. Chi dovevamo scegliere per dare il massimo servizio? Abbiamo optato per i leader cioè Unicredit per la banca e Allianz per l'assicurazione. Abbiamo ingegnerizzato questi prodotti e li abbiamo distribuiti ai nostri associati di Fimaa. Noi non diamo i nostri prodotti all'infuori della federazione. Questo fattore è, comedicevo, l'elemento di conoscenze, cioè di mettersi in rete. Il fatto di intermediare prodotti e servizi di eccellenza mette il nostro aderente nella condizione di essere percepito con maggiore autorevolezza e consapevolezza.>.

Non mi resta che ringraziare il Presidente di MedioFimaa Italia, Mauro Danielli, espressione di professionalità e di serietà oltre che orgoglio di una categoria quale quella degli agenti immobiliari e mediatori creditizi, che come tante altre aspettavano fiduciosi la ripresa economica.