

Il settore non è affatto fermo. Si stringono nuove alleanze, crescono i servizi di mediazione

# Il lavoro dell'agente immobiliare

*Nella crisi piangono i lupi solitari, sorridono i grandi network*

Pagina a cura  
DI LAURA BARBASIO

**I**n un clima di incertezza, in cui la difficoltà di accesso al credito sia da parte delle aziende sia da parte dei privati si acuisce, anche il settore immobiliare sta conoscendo una forte contrazione.

Si è passati dalle 900 mila transazioni di compravendita del 2006 alle 650 mila del 2008 con una previsione, per il 2009, di un ulteriore calo del 3,5%. Ma, mentre molti mediatori lupi solitari accusano la crisi e si lamentano, i grandi network stanno reagendo positivamente e stringono alleanze che consentano ai loro affiliati di affrontare il futuro con maggiore serenità.

Gabetti Franchising Agency, Professionecasa e Grimaldi immobiliare, per esempio, si sono uniti in Tree Group che conta attualmente circa 1.500 agenzie in tutta Italia. I motivi?

«Promuovere una sempre maggiore professionalità da parte dei nostri affiliati con aggiornamento e formazione costanti», spiega Bruno Vettore, amministratore delegato di Gabetti Franchising Agency. «Monitorare maggiormente il mercato e i nostri franchisee e trovare accordi con gli istituti di credito per favorire chi si rivolge a noi». Creare, in altre parole, le condizioni per acquisire una maggiore quota di mercato.

Attualmente, i mediatori immobiliari iscritti al ruolo delle Camere di Commercio sono circa 60 mila, curano il 50% delle transazioni e gestiscono fra le 30 e le 35 mila agenzie esistenti a livello nazionale. Un terzo di queste aderisce ad una delle 60 reti in franchising esistenti a livello nazionale mentre i 2/3 è costituito da battitori liberi.

La loro professione è stata disciplinata nel 1989, l'anno a partire dal quale, per diventare

mediatori occorre frequentare un corso di formazione presso la Camera di Commercio della propria provincia, per poi superare l'apposito esame ed iscriversi al ruolo, depositando la modulistica in uso nella propria agenzia a maggior tutela dei clienti. A questo punto, è possibile entrare nel libero mercato a caccia di clienti. «Il 66% delle famiglie ha già una casa di proprietà», osserva Fabio Guglielmi, presidente di

Professionecasa. «È una peculiarità che ci distingue rispetto a tutti gli altri paesi in cui la proprietà immobiliare è meno diffusa. Ma si lavora moltissimo sulle permutate: chi vende lo fa per comperare e migliorare così la propria soluzione abitativa».

Attualmente gli immobili che vanno per la maggiore nelle grandi città, soprattutto in centro, sono quelli piccoli, molto richiesti dalle giovani coppie, dagli studenti universitari e dai single. Nelle periferie e in provincia, la tendenza è quella di passare dai 3 locali con un servizio ai 4 con due servizi. «Soprattutto nelle grandi città, un grosso impulso agli acquisti è dato dagli stranieri», osserva Guglielmi. «Prediligono i piccoli immobili e si assiste un po' ovunque a insediamenti per etnie a macchia di leopardo».

Così, per esempio, a Milano, nella zona della Stazione Centrale, la domanda è fortissima soprattutto da parte di persone provenienti dai paesi dell'Est, mentre a Genova, nel quartiere di Sampierdarena, sono gli ecuadoriani i maggiori acquirenti.

«Ovunque gli spazi esterni come terrazzi, balconi e giardini», continua Guglielmi, «sono molto richiesti».

Mentre box e posti auto agevolano moltissimo le vendite in un paese in cui la casa è considerata un bene di prima necessità nel quale, quasi sempre, si investono i risparmi di una vita».

Niente da stupirsi, quindi, se la scelta del mediatore è soprattutto fiduciaria, dettata, cioè, dalla competenza che dimostra di possedere.

«Sia chi vende sia chi acquista vuole farlo con serenità ed affidarsi ad un mediatore professionale è un buon modo per avere le garanzie necessarie risparmiando tempo», afferma Jacopo Grimaldi, presidente di Grimaldi Immobiliare. «Considerata la posta in gioco, è chiaro che il mestiere non possa essere improvvisato. Chi decide di intraprenderlo deve sceglierlo per la vita anche perché l'intuizione e il senso pratico necessari per fare stime appropriate e soddisfare i clienti richiedono un lungo iter di apprendimento».

Il modo migliore per iniziarlo è fare pratica per almeno 6/12 mesi presso un mediatore senior. Poi, una volta avviata la propria agenzia, continuare ad aggiornarsi.

«Ne vale davvero la pena. Per diversi motivi», spiega Vettore. «Innanzitutto la professione è molto interessante e coniuga fra loro aspetti difficili da trovare in altre attività: una stretta relazione con il territorio in cui si opera, lo sviluppo di capacità commerciali e di negoziazione, e l'acquisizione di competenze tecniche che richiedono precisione ed affidabilità. Se svolto con i necessari requisiti e le opportune competenze, il lavoro offre anche buoni margini di guadagno. Nel caso

della compravendita, la percentuale che spetta al mediatore oscilla, a seconda del valore dell'immobile e dell'impegno che a ven-

derlo richiede, da un 3 a un 4% da chi vende, più un ulteriore 2-3% a carico di chi compera. Per gli affitti, la parcella di un media-

tore si aggira, invece, sulle due mensilità di cui, di solito una viene richiesta al locatore, l'altra al locatario.

I consigli di un mediatore professionale di lunga esperienza

## *Un mercato alto che tiene non dà spazio ai dilettanti*

**A** spingerlo a intraprendere questa professione sono stati il dinamismo e l'opportunità di curare le relazioni con i clienti. Oggi, a 45 anni, Roberto Carletti, milanese, continua ad esercitarla con passione, attratto dalla sua varietà e dall'opportunità di investire costantemente nell'acquisizione di nuove competenze.

«Anche l'attuale crisi, per noi», spiega Carletti, «si presenta come una bella sfida. In 20 anni di lavoro, ho assistito a tanti alti e bassi di mercato. Si sono presentati ciclicamente ogni 5/6 anni. Ma in questi ultimi 18 mesi, in una piazza come la mia, la situazione è molto diversa. Il settore corporate, per esempio, è caratterizzato dalla difficoltà da parte delle aziende di avere accesso al credito. In quello residenziale, stiamo assistendo ad una vera e propria rivoluzione: aumentano le richieste di affitto e, mentre i clienti della fascia medio-bassa stanno perdendo il proprio potere di acquisto, quelli della fascia medio-alta lo stanno aumentando. Il risultato è che riescono a fare buoni affari. In questo contesto, l'impegno e la professionalità che ci vengono richiesti sono ancora maggiori. Non basta più limitarsi a vendere. Occorre erogare un servizio di consulenza a 360 gradi e chi non ha le competenze ne-

cessarie per offrirlo è destinato a cadere vittima di una congiuntura molto critica. Il mercato, in altre parole, sta negando lo spazio a chi, negli anni, si è improvvisato e non è in grado di dedicare al cliente l'attenzione e la cura che pretende. Per noi mediatori la crisi è una vera e propria sfida per mettere in campo la sottile arte della mediazione. Consiste non soltanto nel possesso di buone competenze tecniche. Ma anche e soprattutto nell'aiutare a trovare un accordo fra chi compera e chi vende: sul prezzo, sulle modalità e le tranches di pagamento, sugli arredi, sui tempi di consegna. Nel caso degli affitti, ci sono richieste intuizione e capacità di indagine ancora più accurate per non incorrere in locatari insolventi o poco rispettosi della proprietà. È il momento opportuno per aggiornarsi ed investire ancora di più nella propria professionalità. Ci vogliono perseveranza, fiducia nel proprio sapere e la capacità imprenditoriale necessaria per rischiare, non contraendo i costi di gestione, limitando, per esempio, le dimensioni della propria agenzia o investendo di meno in promozione. Dal punto di vista personale, occorre essere ancora più aperti e disponibili a collaborare con i colleghi, alleati insieme ai quali trovare le soluzioni per i propri clienti e non più solo concorrenti».



Altri articoli sul sito  
[www.italiaoggi.it/  
agente+immobiliare](http://www.italiaoggi.it/ agente+immobiliare)





**Bruno Vettore**

*Gli indirizzi utili per entrare nel mercato*

## Tra associazioni e affiliazioni

**L**e associazioni professionali del settore sono utili punti di riferimento per chi già esercita l'attività o vuole avviarla ex novo. Ecco le principali:

\* Fimaa - Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari - piazza G. Belli 2 - Roma - tel. 06/5866476 - [www.fimaa.it](http://www.fimaa.it);

\* Fiaip - Federazione Italiana Agenti Immobiliari Professionali - piazzale Flaminio 9 - Roma - [www.fiaip.it](http://www.fiaip.it);

\* Anama - Associazione Nazionale Agenti e Mediatori di Affari - via Nazionale 60 - Roma - [www.anama.it](http://www.anama.it); e-mail: [info@anama.it](mailto:info@anama.it);

\* Associazione Mediatori Agenti Immobiliari - corso Vittorio Alfieri 188 - Asti - [www.amai.it](http://www.amai.it); tel. 0141/33117.

Dopo aver acquisito i segreti del mestiere lavorando con un altro mediatore è possibile rivolgersi alla Camera di commercio della provincia di appartenenza, per iscriversi ai corsi

di preparazione all'esame di abilitazione previsto per legge. Durano da un minimo di 100 a un massimo di 200 ore e costano poche centinaia di euro. Il numero delle sessioni di esame varia da provincia a provincia. Sono comunque da un minimo di due a un massimo di quattro all'anno.

Chi vuole affiliarsi a una rete in franchising può consultare l'*Annuario del Franchising* ([www.annuariodelfranchising.it](http://www.annuariodelfranchising.it)) realizzato dalla società Quadrante di Milano - via San Gregorio 53 - tel. 02/66982005 oppure rivolgersi all'Assofranchising - [www.assofranchising.it](http://www.assofranchising.it) - via Majno 42 - Milano - tel. 02/36569461.

Solitamente sono in calendario alcune giornate di formazione per aggiornarsi o conoscere meglio la professione. I seminari sono condotti da esperti di settore che trattano temi legati agli aspetti giuridici e fiscali della mediazione immobiliare.



**Fabio Guglielmi**



**Roberto Carletti**



**Jacopo Grimaldi**