



Convegno promosso in Confcommercio Milano

Con FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza
l'analisi sull'evoluzione della professione

La nuova frontiera dell'agente immobiliare?

Un esperto consulente "di parte"

con il supporto sempre più sofisticato della tecnologia digitale

Vincenzo Albanese, presidente FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza:

il digitale permette al nostro lavoro quotidiano di essere più efficiente automatizzando le attività più semplici e molto altro. Possiamo così davvero concentrarci sul nostro core business: le esigenze del cliente

Milano, 9 luglio 2019. L'81% di chi deve finalizzare una compravendita dell'immobile si affida a un'agenzia immobiliare. Il dato emerge da un'indagine della Doxa su un campione di 535 intervistati selezionato a Milano. Il 47% degli intervistati lo fa con convinzione, il 34% è titubante su questa scelta. Le ragioni che spingono le persone a scegliere un'agenzia immobiliare sono: evitare errori gravi o rischi (acquirenti 68%; venditori 75%); districarsi nella burocrazia (acquirenti 65%; venditori 77%) e risparmiare tempo (acquirenti 67%; venditori 70%). L'indagine è stata fra i punti di analisi e dibattito del convegno promosso in Confcommercio Milano da FIMAA Milano Lodi Monza Brianza sul tema "[Agenti d'affari in mediazione. Nuove frontiere per la professione](#)". Con quest'iniziativa – alla quale è intervenuto il presidente di Confcommercio **Carlo Sangalli** - FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza ha voluto affrontare tutti i principali temi correlati ai possibili scenari che la nuova norma europea potrebbe disegnare: professionalizzazione e ampliamento dei servizi, centralità del cliente, nuove tecnologie e digitale, disintermediazione del web, blockchain e big data.

I dati emersi dall'indagine condotta da Doxa tracciano la percezione che i clienti hanno delle agenzie immobiliari ed aiutano a comprendere l'eventuale propensione verso nuove forme di consulenza. Se è vero, infatti, che un consumatore si rivolge ad un'agenzia per evitare errori gravi o rischi, per districarsi nella burocrazia e per risparmiare tempo, è altrettanto

vero che non tutti gli intervistati sono convinti che il compenso pagato sia adeguato al servizio ricevuto e che le agenzie siano del tutto chiare e trasparenti nelle loro operazioni. Emerge evidente, al tempo stesso, la necessità di un esperto capace di guidare l'intero processo di acquisto o vendita che faccia gli interessi del cliente, un vero e proprio "consulente di parte". Solo in questo modo sarà possibile innovare realmente l'attività di intermediazione partendo dal cliente e ponendolo al centro del servizio, non solo nella teoria, ma anche nella pratica.

*"Sono convinto – afferma **Vincenzo Albanese**, presidente di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza (e vicepresidente della Confcommercio milanese) - che il futuro dell'intermediazione sia quello di un'agenzia ibrida: una combinazione tra l'attività professionale improntata alla consulenza e il supporto di strumenti digitali sempre più sofisticati".*

*L'evoluzione del mercato porta verso "una figura di un agente capace ed esperto, un consulente – spiega **Albanese** - in grado di accompagnare il cliente al pieno soddisfacimento delle proprie esigenze, attraverso un approccio inevitabilmente 'di parte'. La celebre teoria darwiniana dell'adattamento della specie all'ambiente circostante si rivela curiosamente adatta anche alla nostra professione. L'era digitale nella quale siamo immersi richiede prepotentemente il nostro adeguamento agli strumenti che la tecnologia ci mette a disposizione, indispensabili per migliorare la qualità dei servizi professionali. Il digitale permette al nostro lavoro quotidiano di essere più efficiente, ottimizzando le risorse, sia di tempo, sia economiche. Automatizzando le attività più semplici e molto altro. Possiamo così davvero concentrarci sul nostro core business: le esigenze del cliente".*