



MEDIOFIMAA vince il premio Daily RE Finance



di Mauro Danielli*

L'anno 2009 che si è concluso 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. 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).

Questi risultati, per gli agenti 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. 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.

Ad oggi, credo che le reti abbiano visto ridursi la loro penetrazione al 20% sul totale, contro l'80% della 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.

E proprio per questo 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.

Riprendendo una metafora non mia, mi piace immaginare il mediatore creditizio come un taxi rispetto alla banca 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.

Noi, come MedioFimaa, siamo nati nel

Volevamo integrare al prodotto immobiliare il prodotto creditizio e quello assicurativo, per rendere così più attraente l'offerta al consumatore.

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 è l'elemento di professionalità perché abbiamo introdotto una enorme conoscenza del Mercato come insieme 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 e cioè Unicredit per la banca ed Allianz per l'assicurazione. Abbiamo ingegnerizzato questi prodotti e li abbiamo distribuiti ai nostri associati FIMAA.

Noi non offriamo i nostri prodotti al di fuori della Federazione.

Questo fattore è, come dicevo, 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.

**Presidente CdA MedioFimaa*



FIMAA ti offre gestionali e servizi su misura per incrementare il tuo business

Con un solo click invii automaticamente le offerte sul sito della tua agenzia, sul portale della FIMAA e sui portali partner di Cometa Informatica



iocercocasa.it

eureKasa.it
Trovare casa, semplicemente

immobiliare.it
Il numero 1 degli annunci immobiliari

casa.it

TrovoCasa.it
Corriere della Sera

Secondamano.it ENORMO

Immobilimente.it

eBay Case

la Repubblica.it

KataWeb

LASTAMPA.it

CambioCasa.it

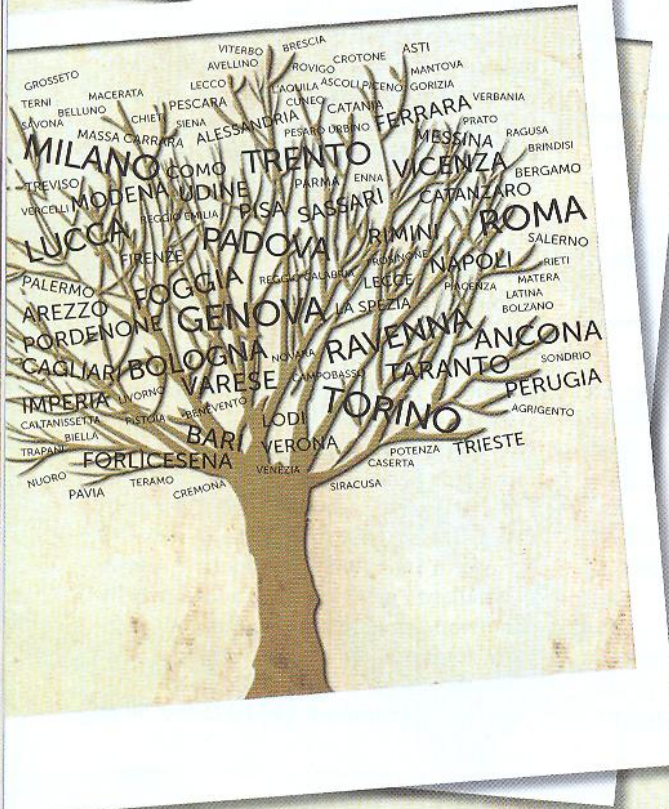
...e tanti altri

Per maggiori informazioni visitare il sito <http://www.fimaa.it> nella sezione Partners - Cometa Informatica



MEDIOFIMAA

SOCIETÀ DI SERVIZI FINANZIARI E ASSICURATIVI IN ESCLUSIVA PER GLI ASSOCIATI



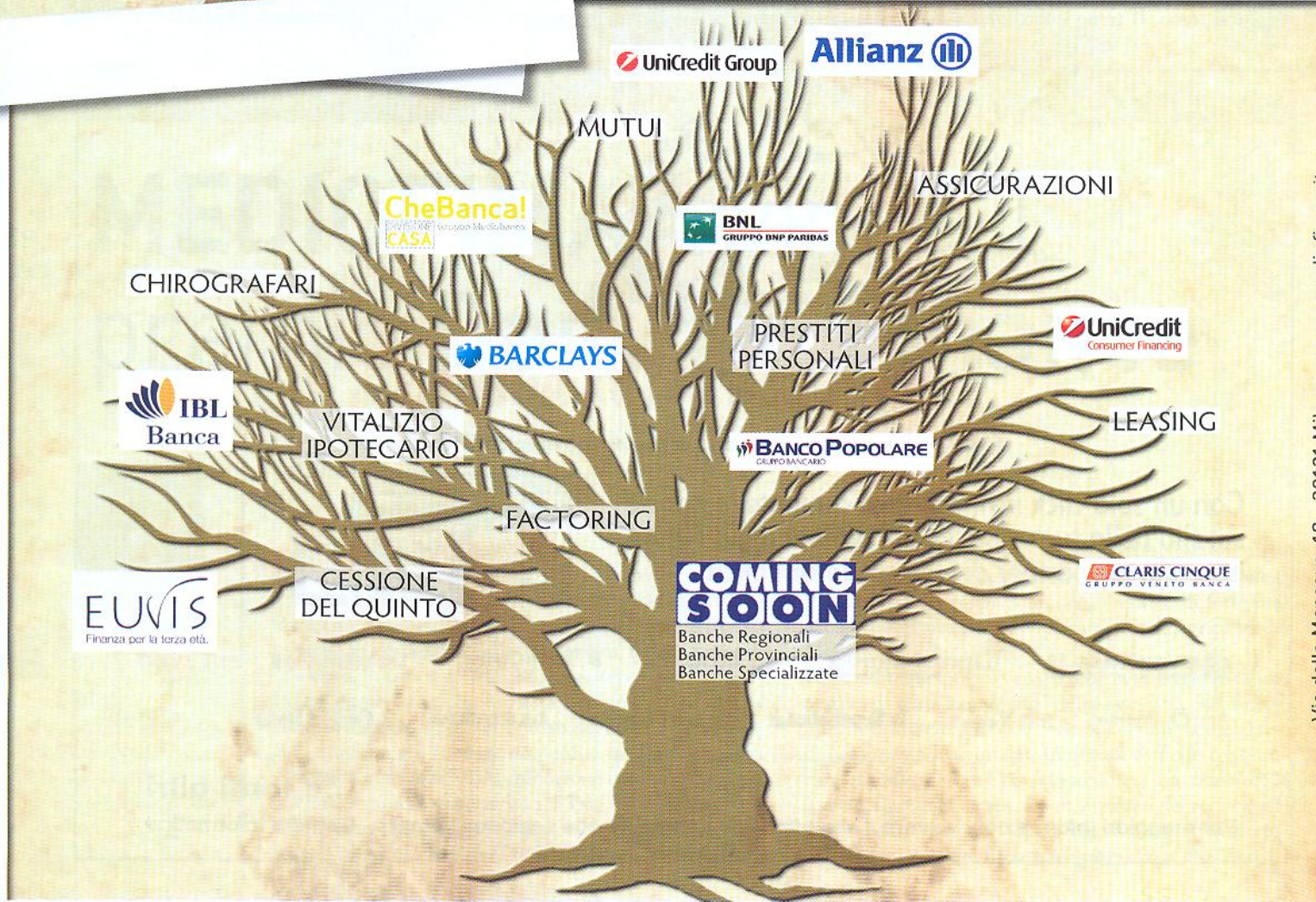
VINCITORE del Daily Real Estate AWARDS 2010

Il premio è stato assegnato a MedioFimaa, scelta tra le migliori società quotate o meno in uno dei seguenti settori del Real Estate: fondi immobiliari, project financing, finanziamenti, mutui o leasing.

Il riconoscimento fa riferimento a **risultati operativi di eccellenza** conseguiti negli ultimi dodici mesi in uno dei campi sopra descritti.

A parità di valore è premiata

- l'originalità del modello di business
- il valore d'immagine
- l'attenzione al rispetto delle regole
- la serietà riconosciuta dai partner e dai competitor.



MedioFimaa continua a crescere