

Intervista a Mauro Danielli presidente MedioFimaa



Raffaele Racioppi:

Sei riconosciuto come uno dei più accreditati “filosofi” del Real Estate italiano, un uomo dai tanti cappelli Vice Presidente di Fimaa Milano, presidente di MedioFimaa , Membro di giunta della CCIAA di M&B e presidente dell’Osservatorio territoriale e immobiliare di Monza e Brianza, però mi piace iniziare questa intervista facendoti una domanda da operatore del settore, quale titolare dell’agenzia “La Lombarda”.

Quanto utilizzi la tecnologia nella tua agenzia immobiliare. Ad esempio: gestionale di agenzia, multi invio pubblicitario, visure on line etc.



Mauro Danielli:

Con un il cliente sempre più preparato ed informato, che naviga su internet, che raccoglie informazioni sui forum, la sfida per L’Agente Immobiliare è curare il servizio, accrescere le competenze, creare efficaci risposte. In questo nuovo mercato fatto di bit, dubito che una risposta adeguata possa essere data con gli strumenti tradizionali.

Ergo ? l’uso di strumenti informatici nella mia Agenzia è quotidianità.

Continuo comunque a pensare che l’obiettivo di una Web Agency a forte vocazione informatica debba concorrere ed accrescere la maggior risorsa di cui disponi: te stesso. Un investimento in te stesso, nell’unico strumento che hai nel destreggiarti al meglio nel mercato .

Per una categoria in cui più di un terzo delle Agenzie, è composta da un solo titolare, senza collaboratori è un processo inevitabile.

Raffaele Racioppi:

Ancora una domanda al Danielli Agente Immobiliare. Quale è la tua posizione nei confronti dell'MLS?

Mauro Danielli:

Sicuramente positiva....ma che fatica!!!! E' dalla fine degli anni 80 che il concetto di condivisione si è posto alla attenzione degli Agenti Immobiliari. I risultati ancora oggi, seppur più confortanti ,sono ancora deludenti.

La rivoluzione informatica degli anni 90 speravamo potesse dare un contributo fondamentale al cambiamento ,ma così non è stato . Continuo a pensare che assisteremo a dei profondi e positivi cambiamenti quando l'attività di Consulente di parte (pagato da un solo cliente) prevarrà sull'attività di mediazione in cui il diritto alla mediazione è a carico delle parti mediate. La condivisione di prodotto con la consapevolezza di perdere una parte del compenso rimane un forte deterrente alla collaborazione. Comunque il settore è in fermento e le novità sono molte. Si sta cercando uno standard condiviso per uniformare il linguaggio della aggregazione e condivisione. Stanno nascendo piattaforme orizzontali che offrono sistemi di gestione, servizi, relazioni b2b, soluzioni b2c, visibilità, modularità dell'offerta. Segnali positivi che mi augurino portino presto a risultati lungamente auspicati



F.I.M.A.A.

Raffaele Racioppi:

La figura dell'Agente immobiliare è in profonda trasformazione . Quale deve essere a tuo giudizio la priorità di Fimaa nell'accompagnare questo processo evolutivo ?

Mauro Danielli:

Per troppi anni abbiamo considerato la “cultura professionale” antitetica alla “cultura d'impresa”.

Le parole d'ordine che una generazione come la mia che ha iniziato l'attività di Agente Immobiliare alla fine degli anni 70 sono state: siamo professionisti e non imprese! Vogliamo l'albo ed il riconoscimento giuridico al pari delle altre professioni liberali!

Il tutto si è tradotto in richieste di maggior regolamentazione legislativa perché le professioni tradizionali agiscono in un contesto per definizione non competitivo e necessitano per la loro "utilità sociale" di particolare protezione.

Seppur in presenza di un processo di cambiamento, è a tutti noto che ancora oggi, è fatto divieto alle professioni regolamentate (geometri, avvocati etc.) di fare pubblicità e al contempo di applicare parcella che non abbiano stretta attinenza con la prestazione effettuata a prescindere dal risultato ottenuto.

Tra "prestazione di mezzi" e "prestazioni di risultato" la nostra professione si colloca nella seconda definizione.

Il che vuol dire fare i conti col mercato e stare sul mercato. Nei mercati maturi la concorrenza tra le imprese si gioca su tre leve: il prezzo, la qualità e l'informazione verso la clientela. Dalla relazione tra questi tre fattori le imprese costruiscono le proprie strategie di mercato e di marketing e i consumatori definiscono le proprie preferenze e attuano le proprie scelte di consumo. La ricerca di una soddisfacente ottimizzazione del rapporto qualità/prezzo per il cliente consumatore specialmente nel mercato dei servizi, in cui l'intangibilità regna sovrana è la vera sfida.

Sfida che Fimaa ha accettato elaborando il cambiamento nella quale l'Agente Immobiliare viene identificato in quella che è la sua vera natura: un "Impresa Professionale".



Raffaele Racioppi:

Una Domanda come presidente di MedioFimaa, un'azienda giovane che in un momento di mercato, quantomeno, non favorevole continua a mantenere un trend di crescita costante, credo di poter dire che è l'unica realtà del settore in crescita.

Mauro Danielli:

Ti confermo che i dati della società MedioFimaa sono più che soddisfacenti, l'erogato mutui 2011 MedioFimaa (gennaio – settembre) è aumentato del 116 % rispetto al 2010, in un'una fase di marcata decelerazione del mercato mutui.

Mediofimaa è il primo canale esclusivamente dedicato agli Agenti Immobiliari e ai Mediatori Creditizi iscritti a Fimaa, è nato nell'ottobre del 2006 dall'incontro della Federazione e Unicredit, con il principio fondante di dare all'agenzia immobiliare centralità, cioè renderla il luogo preposto per l'incontro della convergenza dei servizi immobiliari, creditizi e assicurativi.

Già nei primi mesi di vita avevamo capito che MedioFimaa era la strada giusta da percorrere e siamo cresciuti sull'intero territorio nazionale dando vita, con circa 6.800 aderenti, al più esteso network italiano del settore.

*Alla fine del 2008, MedioFimaa, attrae capitali esteri e raggiunge l'accordo per l'ingresso nel capitale di un nuovo socio: la Compagnia di Assicurazione **Allianz**, leader europeo e presente sul mercato italiano principalmente con i marchi **Allianz Ras** e **Allianz Lloyd Adriatico**.*

*Il nostro modello, a cinque anni di distanza, è stato rafforzato con la costituzione **MedioFimaa Insurance**, che servirà a sviluppare quei servizi assicurativi che saranno la terza possibilità per gli Associati.*

*Il progetto MedioFimaa, però, non sarebbe completo se non lo considerassimo al pari di una public company, visto che attraverso l'azionista di maggioranza Fimaa, di fatto, si ha a che fare con un **azionariato diffuso**, e in base a questo principio gli utili vengono trasformati in servizi e in qualche modo ridistribuiti tra gli Associati. E anche quando questi vengono reinvestiti nella valorizzazione stessa di MedioFimaa, lo scopo è sempre quello di creare valore per gli associati ed essere un "bene utile".*

In questo momento siamo impegnati a rivedere il modello operativo alla luce del decreto Legislativo 141/2010. Presenteremo il nostro progetto denominato "Felix " al prossimo Leadership forum di Milano del 15 novembre.

Ti/Vi aspetto!