



Questa intervista a Mauro Danielli, presidente di MedioFimaa, società di mediazione creditizia e servizi assicurativi partecipata da Fimaa, federazione che rappresenta tutto il comparto della mediazione, agenti immobiliari, mediatori creditizi e mediatori merceologici (socio effettivo di Confcommercio) e da Unicredit e Allianz, vuole chiarire come mai il mercato riconosce a questa società la qualità dell'innovazione. Per questo partendo dal premio vinto, abbiamo chiesto a quilai saranno le innovazioni che medioFimaa metterà in campo per questo anno.

**Il 2012 è terminato con il riconoscimento, da parte del mercato, dell'innovativo modello di business di MedioFimaa. Il premio all'innovazione consegnatovi ai Leadership Awards è un punto di partenza o di arrivo?**

È una prova del fatto che la strada iniziata è quella giusta! Il 2012 è stato un anno di turbolenza, denso di cambiamenti per gli operatori del credito, ma che su 1.800 professionisti di questo settore la maggioranza abbia votato MedioFimaa come società innovativa, ci rende paghi degli sforzi profusi. Il riassetto societario, la riorganizzazione della struttura e la creazione del primo network italiano di Promotori Creditizi sono stati passi ponderati, ma audaci, che evidentemente sono stati valutati come un buon prodromo per il futuro.

**In cosa consiste l'audacia di cui parla?**

Mi riferivo alle nostre iniziative di comunicazione (articoli e convegni), con le quali per primi abbiamo illustrato la nostra strategia aziendale, la nostra Vision, consci che il quadro normativo di riferimento era in continua evoluzione e lo scenario si prestava a diverse interpretazioni. Il nostro management ci ha messo la testa e la faccia! Anche la dirigenza di FIMAA (nostro principale socio), nel rispetto della nostra autonomia, non ci ha mai fatto mancare il suo appoggio. La sensazione che abbiamo provato è stata quella di navigare in un mare agitato, con una imbarcazione solida e con una rotta ben tracciata verso il futuro.

## **Futuro che riserva nuove sfide e novità o un accorto proseguimento della strategia finora perseguita?**

Poste le basi di un modello di business innovativo, c'è spazio per perfezionamenti, implementazioni, migliorie. L'evoluzione in atto non permette di stare fermi, né di subire i cambiamenti. Considerando che il D.Lgs. 141/2010 è un'attuazione di una direttiva comunitaria volta anche ad armonizzare le politiche creditizie di ciascun Paese, MedioFimaa sta, ad esempio, analizzando i mercati europei per carpire nuove opportunità da tradurre in Italia, e sta perseguendo la strada della **specializzazione**, che consideriamo essere un perno non solo della nostra strategia, ma un obiettivo al quale tutti i professionisti del settore dovrebbero puntare.

## **Approfondiamo questo punto: in che modo la specializzazione è da ritenersi fondamentale?**

Parliamo di specializzazione dei ruoli, delle competenze, delle funzioni. Il futuro è questo, e il D.Lgs. 141/2010 che ha dettato delle disposizioni in questo senso, è uno dei segnali formalmente più concreti di un processo già in atto, anche se il cammino è solo all'inizio. Un modello imprenditoriale vincente deve puntare sulla specializzazione, che non deve essere vissuta come una limitazione, ma come un approfondimento delle competenze possedute. Basti pensare che oggi l'offerta di mutui conta centinaia di prodotti, che, per essere proposti al cliente, devono essere conosciuti a fondo, cosa che evidentemente richiede tempo, formazione, conoscenze dettagliate in materia, continuo e costante aggiornamento. Come si può credere che un soggetto possa svolgere bene l'attività di consulente del credito e, contemporaneamente, qualche altra professione? **Il mondo immobiliare e quello creditizio devono continuare a dialogare, a cooperare, ma senza commistione di ruoli, senza alcuna ambivalenza**

. Se fino ad alcuni anni fa la "poliedricità" dell'agente immobiliare era prassi assai diffusa, oggi le logiche di mercato e le esigenze del cliente sollecitano la divisione dei ruoli, una maggior qualifica, il perfezionamento delle competenze. Gli Agenti immobiliari devono investire sulla formazione specifica per essere percepiti come consulenti e non semplici "venditori di case", allo stesso modo chi si occupa di mediazione creditizia lo deve fare in modo altamente professionale e specialistico. Una distinzione di ruoli che fa chiarezza al mercato e rilancia

### **la centralità dell'agenzia immobiliare**

come luogo dell'integrazione di servizi in cui competenze diverse interagiscono con un'unica finalità: la soddisfazione del cliente.

### **In quale modo MedioFimaa persegue la specializzazione?**

Il network MedioFimaa è il primo ad avvalersi di **“Promotori Creditizi”**, e non di semplici **collaboratori**, e nella scelta del termine è racchiuso un concetto tanto chiaro quanto delicato. Il Decreto parla di collaboratori, appellativo che evoca i sinonimi di “assistente, aiutante”, privando di spessore una figura che noi consideriamo molto più competente, la cui attività consulenziale nei confronti del cliente richiede esperienza e formazione specifiche. I Promotori Creditizi sono professionisti preparati, che come società abbiamo selezionato partendo dai circa 3.500 mediatori creditizi aderenti a MedioFimaa, incontrandone più di 1.000 in diversi road show su tutto il territorio nazionale, scegliendone oltre 300, dei quali 311 hanno superato l’esame previsto dall’OAM. Dietro ognuna di queste professionalità c’è comunque una persona. Un individuo in carne ossa, con cuore e cervello pulsanti, un universo di ragione e sentimento, pronto a costruire il proprio domani. Perseguire la specializzazione comporta, per un network come il nostro, il saper valorizzare la persona e le sue competenze, integrandole in un progetto condiviso. Senza individuo non può esistere il gruppo.

@RIPRODUZIONE RISERVATA