

Gli artigiani della casa a portata di app, ma con poche garanzie

Patrizia De Rubertis

L' economia dei servizi on demand, pronta a soddisfare ogni esigenza nel più breve tempo possibile e al miglior prezzo sulla piazza (virtuale), è arrivata anche laddove - per antonomasia - è più lontana: l' artigianato per i lavori di casa, come il muratore, il fabbro, il pittore, l' installatore di impianti di condizionamento, l' elettricista o il falegname. Insomma, una risorsa inedita che per i consumatori ha il chiaro vantaggio di trovare con pochi click un professionista quando, senza molto preavviso, si ha bisogno di manutenzioni e piccole riparazioni. Ma anche per l' artigiano usare il web è un modo davvero efficace per svolgere la propria professione? Si tratta di un esercito che, nonostante sia decimato a causa della lunga crisi dell' edilizia (-18,9% la perdita di occupazione registrata dal 2012 ad oggi), continua a trainare la nostra economia. In particolare, secondo il rapporto Anaepa-Confartigianato, pubblicato lo scorso luglio, in Italia operano 398.140 imprese, la cui stragrande maggioranza è ad alta vocazione artigiana: l' 82% (pari a 327.327 imprese) è composta da professionisti che partecipano in prima persona al processo produttivo. Artigiani che, inseguendo il boom segnato da Uber, Airbnb o Just Eat, hanno deciso di raggiungere un maggior numero di clienti puntando su prezzi più bassi e competitivi. Il meccanismo Si hanno due possibilità: cercare il professionista di cui si ha bisogno scorrendo l' elenco degli iscritti o si può inviare direttamente la richiesta di intervento. Nel primo caso l' app individua le figure ricercate più vicine al consumatore, che può scegliere a chi rivolgersi consultando le recensioni fatte dagli altri utenti. Nel secondo caso, invece, non si deve perdere tempo a consultare l' elenco, ma entro poche ore si ottengono fino a 5 preventivi. Ultimi passaggi: si sceglie l' artigiano e si fissa direttamente l' appuntamento. Da un lato, quindi, l' utente si avvale di un servizio gratuito per la



ricerca di professionisti affidabili per la casa, dall' altro gli artigiani hanno la possibilità di generare nuove opportunità di business entrando in contatto con un bacino enorme di potenziali clienti. Un ottimo modello, quindi, tra domanda e offerta? "Sì, visto che solo le imprese che investono nell' innovazione possono sopravvivere, anche la nostra categoria - spiega Bruno Panieri, direttore Politiche Economiche di Confartigianato - non poteva che adeguarsi". Le app prevedono così che ogni professionista abbia un profilo in cui poter specificare competenze, attestati o disponibilità. Ma, proprio come funziona nella sharing economy, da questo momento in avanti non c' è più nessuna garanzia per il cliente. La società che gestisce l' applicazione, infatti, è un mero intermediario e non risponderà del lavoro eseguito. Un limite, questo del controllo qualitativo, che nella "vita vera", viene bypassata dal passaparola tra amici e colleghi che, invece, si fanno garanti del professionista. E in una sorta di buco nero restano anche i feedback per l' annosa questione delle recensioni false. "Il problema da affrontare - aggiunge Panieri - è anche un altro: il ruolo dei grossi player del mercato che stanno investendo in queste app e che potrebbero creare i noti problemi con la regolamentazione fiscale delle imposte che perde il fisco italiano". Quali sono le app Se la lavatrice allaga mezza casa, i passi da seguire sono facili: al bando le vecchie Pagine Gialle (il 19 settembre Italiaonline ha comunque lanciato il nuovo portale dedicato all' home restyling), basta digitare su Internet "idraulico", seguito dal nome del quartiere o della città, e usciranno tra i primi risultati "Assistenza casa", "ProntoPro" o "Fazland". Perché questi? Hanno alle spalle colossi societari che gli consentono di investire in qualità e pubblicità. Assistenza casa è, infatti, il servizio della compagnia assicurativa Europ Assistance che, ad esempio, offre a 79 euro l' uscita del professionista e un' ora di lavoro. Tra gli investitori di ProntoPro (oltre 75mila professionisti che si occupano di servizi legati al mondo della casa e 2 milioni di visitatori mensili sul portale) c' è Immobiliare.it. Il loro business è chiaro: gli artigiani vedono gratuitamente tutte le richieste, ma pagano per inviare il preventivo. Il prezzo varia a seconda della tipologia di servizio e possono essere inviati fino a 5 preventivi per ciascuna richiesta. ProntoPro si ripaga ampiamente i costi, visto che ogni credito costa 2 euro (+ Iva), anche se ci sono sconti a pacchetto. Su Fazland ha, invece, scommesso Mediaset, che attraverso il braccio di venture capital Ad4Ventures ha partecipato a un investimento da 4,5 milioni di euro nel portale. La società dichiara di avere oltre mezzo milione di visite mensili superando le 200.000 richieste di preventivo generate nei 12 mesi precedenti.